الدكتورة مود سلطان هاشم

تجارة الحرف المطبوع

نشر الكتاب في لبنان
و
توزيعه في العالم العربي

دار الساقي

تجارة الحرف المطبوع

الدكتورة مود اسطفان هاشم

تجارة الحرف المطبوع

نشر الكتاب في لبنان و توزيعه في العالم العربي

ترجمة:

د. خليل احمد خليل



دار الساقي

الطبعة الأولى ١٩٩٣

ISBN 1 85516 701 8

DAR AL SAQI
United Kingdom: 26 Westbourne Grove, London W2 5RH
Lebanon: P.O.BOX: 113 / 5342, Beirut.

دار الساقي   ص.ب: ١١٣/٥٣٤٢ بيروت، لبنان

الى هاشم
زوجي وصديقي

تقديم

بعض مشاكل النشر العربي

اندره كسبار

اذكر انني كنت في الرابعة عشرة من عمري وكـان طموحي آنـذاك ان يكون النشر مهنتي.

ذات يوم رافقت أبي في زيارة الى صديق له، وكان ناشراً لبنانياً مرموقاً مارس مهنته بنجاح كبير لمدة تفوق العشرين عاماً. واذا به يفاجئني بهجومـه الحاد عـلى الحالة التي آل اليها وضع الناشرين والموزعين اللبنانيين، لاعناً الساعة التي جعل فيها هذه المهنة «المشؤومة» والتي «لا كرامة فيها»، مهنته. فهي برأيه تفرض على صاحبها ان يتعامل مـع قُطّاع طـرق ومزورين ومـوظفي دولة لا ضمـير لهم ولا استقامة.

ترك هذا الكـلام أثراً فيّ وإن لم اصـدقه كليـاً، اذ كيف لشخص انتج كتبـاً قيّمة وحقّق ثروة من نجاحها التجاري، ان يعتبر اختياره مهنتَه اختياراً فاشلاً؟

عدلت عن فكرة تعـاطي النشر، كما يعـدل المراهقـون عادة عن احـلامهم، ومرت الأيام والسنوات. لكن الظروف شـاءت أن أصبح بـائعاً للكتب ومن ثم ناشراً لها، والظروف هذه كانت ربما محض صدف وربما كانت رغبة غير واعيـة. وها ان ما قاله صديق أبي قبل أكثر من عشرين عاماً يعود الى ذاكـرتي: أكثر من مرة تذكرته، ولكن أكـثر ما تـذكرتـه عندمـا التقيت بناشر أعـرفه جيـداً في أحد

معارض الكتاب العربية وسألته عن أحواله فأجاب بأسى عميق: «كان أشرف لي أن أبيع أحذية من أن أبيع كتباً».

من دون مبالغة، يمكنني أن أقول انني لم التق حتى اليوم بناشر عربي واحد راضٍ عن وضع المهنة. ومشاكل النشر، على تشعّبها واهميّتها، باتت واضحة ومعروفة. فما تزال أسعار الكتب العربية متواضعة جداً قياساً بأسعار الكتب الغربية، وكذلك قياساً بالزيادة الضخمة التي طرأت على تكاليف انتاجها خلال العقد الأخير، مضافاً اليها أكلاف شحنها الى مختلف أنحاء العالم العربي. وثمة استحالة في رفع أسعار الكتب بما يوازي ارتفاع أكلاف الإنتاج وتدنّي أسعار العملات، نظراً لضعف القوة الشرائية لدى القُراء العرب عموماً، ولكون الكتاب لا يزال سلعة كمالية في نظر الجمهور العربي، كما يشير الرواج التجاري البالغ المحدودية للكتاب قياساً بعدد السكان.

لكن المشكلة الأهم في رأيي تكمن في كيفية إيصال الكتاب الى القارىء، وهو ما يطرح مسألة شبكات التوزيع المتوافرة في العالم العربي. فخلافاً للقاعدة المعهودة في العالم كله، لا يوجد فصل واضح بين مهنتي الناشر والموزع، بل لا يوجد في غالب الأحيان تمييز بينهما، كما لا توجد شبكة واسعة من المكتبات في المدن غير الرئيسية والقرى المهمة، مما يضطر الناشر الى الاتكال على المعارض التي تقام سنوياً في هذه المدينة او تلك، وعلى المكتبات الكبرى في العواصم أو سواها من المدن الأساسية، والتي تلعب دور الموزع المحلي.

هذا يتطلب طبعاً السفر المستمر والملاحقات الإدارية التي لا نهاية لها، ناهيك عن الاضطرار الى التعامل مع مختلف الرقابات المحلية و«انظمتها» الاعتباطية.

من شأن ذلك كله فصل الناشر عن وظيفته الأساسية المفترضة، وعن القارىء خصوصاً، فيصبح هاجسه الأول (وأحياناً الأخير) بيع أكبر كمية من الكتب في أسرع وقت ممكن وبأقل كلفة ومشقة عليه. فلا عجب بعد ذلك أن يعتبر ٦٥٪ من الناشرين ـ موضوع الاستمارة التي أجرتها مؤلفة هذا الكتاب، ان

مهنتهم الرئيسية هي التوزيع، ويعتبر ٤٦٪ فقط ان مهنتهم الرئيسية النشر.

أضف الى هذه المصاعب تأخر المؤسسات الرسمية والموزعين والبائعين المحليين المزري في تسديد المبالغ المتوجّبة عليهم الى الناشرين (وأحياناً قد يزيد هذا التأخر على السنتين). وهكذا تبدو تجارة الكتب التجارة الوحيدة في العالم العربي التي تعاني هذا النوع من التأخير في إكمال دورتها الطبيعية. وليس من المبالغة ان يقال ان تعرّض أية تجارة أخرى (من السيارات الى الأحذية) لتأخر كهذا، يجعل الافلاس نتيجتها الحتمية.

مع ذلك، أرى الناشرين يقبلون بهذا الوضع، بل يحقق البعض منهم الأرباح التجارية في ظل الظروف التي وصفنا. فكيف يحصل هذا؟

هناك، أولاً، الكتب القيّمة والمهمة، ومنها القواميس والمعاجم، التي تفرض نفسها على السوق، فيسيطر ناشرها، إلى حد ما، على أوضاع التوزيع والتحصيل. وهناك ناشرو الكتب الدينية والمدرسية التي تتجه بسهولة نسبية نحو اسواقها الطبيعية. وتبقى، اخيراً، امكانيات واسعة ومنوّعة لخفض الأكلاف، يتم ذلك عادة باهدار حقوق التأليف ودفع أقل المبالغ مقابلاً للترجمة والتحرير، والتلاعب بجودة الورق والطباعة والتجليد.

بهذا، جاز التساؤل عن مستوى كتب كهذه تُعرض على الجمهور سنوياً وبالآلاف، وعن رد فعل القارىء حيال هذا النوع من «الثقافة». أما المؤلف العربي فمن النادر ان تصله حقوقه كاملة، ولذا تراه غالباً يتنازل عن مؤلَّفه وحقوقه لقاء مبلغ مقطوع ومضمون، ولو خالف هذا التصرفُ القانونَ والأعراف السائدة في عالم النشر.

وثمة تهمة موجهة الى الناشرين العرب لا تقل خطورة عما سبق، وهي انهم لا يسعون الى تلبية حاجات القراء العرب بقدر سعيهم الى إرضاء مختلف الحكومات، تسهيلاً لتوزيع منشوراتهم في بلدانها.

بهذا المعنى نرى مود اسطفان هاشم، مؤلفة هذا الكتاب، تدلنا الى الاستنتاج

الخطير الآتي: «يمكن القول ان الناشر اللبناني هو عامل احتجاز للأفكار الجديدة، نظراً لأن هذه القرارات انما تمليها السوق المرجوة».

فبعد الناشر الذي يعتبر نفسه موزّعاً، يأتينا الناشر الرقيب على الأفكار!

فأين هي رسالة النشر في ذلك كله؟

ونمضي في التساؤل: هل الناشر العربي ضحية اقتصاديات المهنة وسياساتها، أم انه مسؤول عن وضع الكتاب العربي الراهن؟ ربما صحّت الفرضيتان معاً، ولكن المؤكد ان الخاسر الأكبر من تركيبة النشر القائمة في العالم العربي هو القارىء نفسه، الذي يبدو انه فقد قسطاً كبيراً من الثقة بالمطبوع العربي، ولا شك ان استعادة هذه الثقة ستكون الشرط الرئيسي لأي ازدهار مقبل للكتاب.

وبدورها لا تزال بيروت، على رغم صعوباتها، تحاول، ولا يزال فيها ناشرون جدّيون وشجعان تحدوهم الرغبة في ابقاء الكتاب شيئاً ثميناً وجميلاً. إلا أن الليل يبقى أكبر بكثير من ومضات ضوء نحبّها.

ولعل أفضل مؤشّر على ضعف مكانة الكتاب العربي وحالة الفوضى والارتجال التي تحكم ميدان النشر، فقدان أي اداة جديّة تعطينا فكرة عن حالة انتاج الكتاب ونجاحه، كما وتسهّل عملية حصول القارىء على المراجع التي يحتاجها. فما عدا بعض المحاولات المتواضعة في مصر، لا توجد المراجع التي تستحق هذا الاسم، وما من بيبليوغرافيا شاملة او حتى جزئية محدثة (updated)، أو احصاء أو مسح أو قوائم دقيقة بالمنشورات، ناهيك عن انعدام أي نظام في التبويب أو في التصنيف للكتب المنشورة.

في هذه الظروف يأتي انجاز مود اسطفان هاشم دراستها تتويجاً لجهد هائل، يفوق ما هو معهود في الانتاج الاكاديمي التقليدي. ففي غياب شبه مطلق لأي مصدر موثوق (او حتى غير موثوق) عن أوضاع النشر في لبنان وتوزيع الكتاب اللبناني في العالم العربي، دأبت المؤلفة على استقصاء المعلومات اللازمة من الناشرين أنفسهم وبجهد عظيم دام سنوات عدة. كذلك استعانت بالدراسات

الجزئية القليلة المتوافرة، لتبرز الوقائع والأرقام الدالّة على حالة النشر اللبناني ومشاكله وتقدم الاستنتاجات المفيدة التي أقل ما يقال فيها انها غير مشجعة على صعيد مستوى النتاج الثقافي.

ما يؤمل هنا أن يصير هذا العمل الشجاع والمهم حافزاً لمزيد من الدراسات الميدانية والاجتهادات حول هموم النشر في العالم العربي، وذلك ما يستتبع اثارة مسائل عدة: فالنموذج الغربي، كمثال أعلى في هذا الحقل، هو ما لم يعد في وسعنا اعتماده. فالاحتكار الذي ضرب قطاعي النشر والمكتبات المدينية في البلدان الغربية حوّل معظمها الى نوع من «سوبر ماركت» للكتاب، فأصبحت الكتب سلعاً مخصصة للاستهلاك المباشر والسريع، باستثناء الاكاديمي منها الذي يباع بأسعار مرتفعة جداً. كذلك أصبح مديرو دور النشر رجال أعمال، بكل معنى الكلمة، لا صلة لهم بالثقافة الا في حدها الأدنى (ففي بريطانيا اليوم، وبعد عملية تمركز دامت حوالي ثماني سنوات، يحتكر أقل من عشر مؤسسات أكثر من ٨٠٪ من الانتاج السنوي للكتب. أما القارىء فيجهل عادة هذه المعلومات لأن الكتب المنشورة لا تحمل اسم المؤسسة الأم بل اسم أحد الناشرين الأصليين ـ ضحايا عملية التمركز).

غير انه يمكننا الإفادة من خبرة هذه البلدان في مجال توثيق الكتب ومناهج التعريف بها، حيث أصبحت أساليبها تشكّل معياراً عالمياً في البيبليوغرافيا والتوثيق من الناحيتين الفنية والمعلوماتية.

يأخذنا ذلك الى قضية أخرى هي ما يترتب على الحكومات العربية من مسؤولية أساسية في مجال تحسين أوضاع الكتاب العربي. فالمطلوب، أولاً بأول، نزع أيدي وزارات الداخلية عن شؤون النشر، ونقل هذه المسؤولية الى وزارات التربية والثقافة. فهذه الأخيرة تستطيع وحدها تأطير عملية توثيق الكتب في المستوى اللازم.

الى ذلك، لا بد من التنويه بضرورة توسيع رقعة المكتبات العامة وتجهيزها، واتّباع سياسة تحضّ على القراءة في المدارس، الى ما هنالك من نشاطات تقوم

بها عادة هذه الوزارات في سائر البلدان تسهيلاً لعملية الاتصال الثقافي.

ولا بد، في هذا الباب، من إيجاد قوانين تحمي حقوق التأليف والترجمة حيث لا توجد قوانين، أو تطبيق القوانين بصرامة حيث توجد. كذلك، لا يمكن للنشر ان ينهض من غير توقيع البلدان العربية المعاهدات العالمية المتعلقة بحقوق التأليف كشرطٍ أساسي للتخلص من سرطان القرصنة الذي يفتك بالترجمة وجهد المؤلفين.

لا نحاول في كلامنا هذا رفع المسؤولية عن الناشرين أنفسهم وتبرير الأعمال المضرّة بالكتاب والقارىء سواء بسواء. لكن ما دام ان الرقابات العربية على حالها، وفي ظل فقدان أية خطة مركزية جدية تسهّل عملية القراءة وإيصال الكتاب بأفضل الطرق الممكنة، بات من بالغ الصعوبة ان ترجح كفّة الناشر الحقيقي.

هل نتفاءل بأن ترجح هذه الكفّة؟ لا بد من شرط ضروري سابق هو وجود الخطة المركزية، ولا بد من نتيجة أيضاً هي أن تضيق الفرص أمام الناشر غير الجاد بحيث يباشر الانسحاب الى العتم الذي أتى منه.

... ولي رغبة في أن التقي مجدداً صديق أبي فأراه، في سنواته الأخيرة، متصالحاً مع ما اختاره لحياته منذ كان شاباً.

هل الناشر مولِّد أم تاجر رقيق؟ هل يتمتّع بالكرامة المهنية أم أنه مطبوع بالعار الاتجاري؟ من الصعب على معظم الناشرين أن يكونوا هذا وذاك.

روبير اسكاربيت

مدخل

يشكّل الكتابُ، بوصفه أثراً ثقافياً، ومنتوجاً مُصنَّعاً ومُسوَّقاً في وقتٍ معاً، موضوعَ دراسةٍ متعدّدة الأوجه، إلّا أنّ الجانب الثّقافي هو الذي يمنحه خصوصيّته، وإننا إذ اخترناه موضوعاً لهذا البحث، فلن نتوقّف عند الشّروط الفنيَّة أو الاقتصاديّة لإنتاجه، وإنما نريد أنْ نتناوله كعنصر أساسي في منظومة المجتمع الفكريَّة.

ونقول أساسيٌّ لأن الكتاب يظلّ الأداة الرئيسة للبث الفكري على الرَّغم من منافسة الوسائل الإعلاميَّة الجماهيريَّة. فهو في كل حال النّاقل المميّز للتبادل الثّقافي، لأنَّ إدراكنا له ليس سلبيًّا وخطيّاً مثل إدراك المشهد السينمائي (الفيلم) أو القراءة السرّيعة للجريدة. إنّ الكتاب يُقرأ، وتُعاد قراءته، ويجري التعليق عليه وحفظُه. ونظراً للعلاقة الامتلاكيّة التي تربط المشتري بالكتاب، ولإمكان استعمال هذا النَّاقل الإعلامي، فإن سلوك قارىء الكتاب يختلف عن سلوك كل مستهلك آخر لإعلام جماهيري. وبما أنَّ الكتاب يوفّر إمكان طرح عدّة تساؤلات، فإنه يظلّ النّاقل المفضّل في التعليم: فالكتاب المرجعيّ، الذي يمكننا الانفراد بمطالعته، يتكيَّف مع وتائر الاستيعاب والاكتساب والفهم لدى كل شخص؛ ولا يمكن للوسائل السمعيّة/ البصريَّة أن تحل محلّه.

كما أنَّ الكتابَ عنصر نموذجي في المنظومة الفكريَّة، إذْ إنَّ دراسته تسمح بتعريف بنية هذه المنظومة. وكما يرى إدوارد شيلز:

«فإن بنية المنظومة الفكرية لمجتمعٍ ما تتحدَّد بأربعة عوامل رئيسة:

١ - مصادر السند المالي للأعمال الفكريَّة.
٢ - طرق إدارة الأعمال الفكريّة.
٣ - نماذج طلب الأعمال الفكريّة.
٤ - العلاقات بين المؤلفات الفكرية السابقة والحاضرة، (أي العلاقات بين التراث والإبداعية)»[1].

وحين نعتبر الكتاب نتاجَ عملٍ فكريّ، يمكننا تحديد مصادر سنده المالي: مصادر مداخيل المؤلّفين، دعم الناشرين، الخ . . . ، ودراسة سير المؤسسات النّاشرة التي تدير هذا الشكل من أشكال العمل الفكري، وقياس الإبداعية بواسطة العلاقة بين منشورات الأعمال المعاصرة وإعادة نشر مؤلفات الماضي. أما دراسة نماذج طلبيّات الكتب فتتعلّق باجتماعيّات القراءة، التي تعتبر متمّمة ضرورية لدراسة إنتاج الكتب، التي نقوم بها.

إن دراسةً كهذه تندرج في سياق معرفة المجتمع حيث يجري إنتاجُ الكتاب وتعميمه. وعليه، فإنَّ إنتاجه واستعماله يتحدّدان بالمنظومة الفكرية المعمول بها، وبحالة النّمو الثقافي للمجتمع: المنظومة التربويّة، مستوى التعليم ومحو الأميّة، تشجيع الإبداع، وجود مؤسسات للبحث، حالة الجامعات، استعمال اللغة القوميّة في التعليم، وهي كلّها عوامل تؤثّر في عدد المؤلفين ونوعيّتهم، كما تؤثّر في عدد القرّاء ونوعيّتهم. زدْ على ذلك إمكان الوقوع في العالم الثالث في نوع من حلقةٍ مفرغة حيث ضيق مجال الجمهور القارىء يحدّ من انتشار الكتاب، ويفرض سياسة الأسعار المرتفعة، الأمرُ الذي لا يسهم، بدوره، في ازدياد عدد القرّاء. ولئن كانت التربية العلمية أو الجامعية، علاوةً على ذلك، كما هي الحال في بعض بلدان العالم الثالث، تتمّ بواسطة اللغات الأوروبية، فالأمل بتوسيع

نطاقات الجمهور القارىء معدوم، إذْ إن لغة التبادل الثقافي تغدو حاجزاً يفصل المثقفين عن مجمل السكّان.

كما أنَّ الكتابَ بوصفه أثراً مصنوعاً، يخضع لإدارة نمط إنتاجي قائم ولمنظومة المجتمع الاقتصادية: من تطور فني وحالة المطابع ووسائل الإبلاغ والنّقل، وأيضاً حجم المنشآت والعلاقات الإنتاجية، من المنشأة الحرفيّة الصغيرة إلى التكتل الاحتكاري (تروست) الكبير الذي يديره الرأسمال المالي.

إن الكتاب، أخيراً، بوصفه فكراً مطبوعاً، يكشف، من خلال دراسة تطوره، عن تقلبّات الاهتمام الجماعي بكل ميدانٍ من ميادين العلم والمعرفة، ويكشف، من خلال دراسة توزيعه، عن توزّع المعرفة لدى مختلف الطبقات الاجتماعيّة.

١ - اجتماعيَّاتُ الكتاب

تُطلق، اليوم، تسمية «علم الكتاب» (Bibliologie) على دراسة الكتاب بوصفه منتوجاً ثقافياً وسلعة في آن معاً، وذلك انطلاقاً من اللحظة التي يتولّاه فيها جهازٌ صانعٌ وناشر، ينقله من حالة المخطوطة الى حالة الكتاب.

ويمكن للبحث أنْ يجري على عدَّة محاور:

- الدراسات الاقتصادية والاجتماعيّة لإنتاج الكتب ونشرها.
- الدراسة النفسيّة/ الاجتماعية للقراءة.
- الدراسة الدلاليّة للمضامين والمحتويات.
- والدراسة التاريخيّة، أخيراً.

ولا شك أن ذلك يشكل جزءاً من اجتماعيات الأدب، فمنذ اللحظة التي يقرِّر فيها المؤلف أنْ يكتب، إنما يقدّم عملاً إبلاغياً تواصلياً، يخاطب قارئاً خيالياً، وهو إذ يعتقد أنّ شواغله واهتماماته قمينة بأن تثير اهتمام آخرين سواه، إنما يفصحُ عن فكرة معيَّنة مكوَّنة في ذهنه عن محيطه. ولكي يعبّر عنها، يستعمل

رامـوزاً (code) مشتركـاً، الأداة الاجتماعيـة التي هي اللغـة. حتى أنَّ الأسلوبَ ذاته هو لونٌ من ألوانِ طـريقة كتـابةٍ مشـتركة، خـاصّة بعصرٍ وبمجتمـعٍ مُعينً. وعلى هذا النحو، ودون أية رغبـة في خفض الإبداع الأدبي وحصره في العـوامل الاجتماعيّة التي تشترطه، لا يمكن لـدراسة الـظّاهرة الأدبيـة أن تتجاهـل جانبهـا الاجتماعي.

إن العالم الاجتماعي الفـرنسي روبير إسكـاربيت يقول بـوجهٍ أعمّ، مستلهـماً سارتر الذي يعتبر أنَّ الأدب يوجد فقط عندما يكون مقروءاً، وأنَّ العمـل الفني لا يوجد خارج النظرة الملقاة عليه:

«ليست الـظاهرة الأدبيَّـة في العمل ذاتـه، بـل هي في تـلاقي فعلين حـرّين» [فعل المؤلّف وفعل القارىء][٢].

وفوق ذلك، لا يمكن للظاهرة الأدبيَّة أن تنحصر في هـذا التلاقي بـين فعلين ووعيين فرديّين، فهي في هذه الحالة لا يمكن تمييـزها من الفعـل التراسـلي الذي تكون من خلاله العلاقةُ خطيّة بسيطةً. وفي المقابل، للتكلّم عن ظاهرة أدبية لا بد للكاتب من أن يخاطب أكثر من وعيٍ، وأن يجد صدى:

- لـدى جماعـةٍ لا يتجاوز عـددهـا بضـع مئـات، وذلـك بـالنسبـة إلى العمـل الاحتدامي (الدّرامي).
- لدى مجموعة أوسع من القرّاء، بالنسبة الى العمل المكتوب.

هنا يتدّخل الناشر الـذي تكمن وظيفته في جعـل مشروع الكاتب الإبـلاغيّ ممكناً، من خلال منح العمل الطابعين المميّزين للكتاب: الكثرة والانتشار. وهنا أيضاً تبدأ اجتماعيّات الكتـاب. فهذه تعتـبر الجهازَ النَّشْري، ليس في عـلاقاتـه البّرانية مع المجتمع، بـل في منظار اجتـماعي جزئي: سـير الجهاز النّشري، دور النّاشر، العلاقات بين وظـائف الإبداع والانتـاج والبث، لكي يُصار إلى تحـديد مَنْ يملك سلطة التقرير في الثّقافة المنشورة.

وظيفةُ النّاشر

تكمنُ وظيفةُ النّاشر في التنسيق بين كل الأنشطة التي تحوّل مشروعَ الكاتب إلى سلعة، من المناشط التقنيّة لإنتاج الكتاب (إخراج، طباعة، تجليد) الى مناشط الترويج من خلال شتى قنوات التوزيع، يضاف إلى ذلك أنَّ الناشر سيعاود، بواسطة القرارات التي يتخذها، ضخّ المعلومات المتعلّقة بالمبيعات والواردة إليه من طرف أصحاب المكتبات، في المسار الإنتاجي اللاحق.

عملياً، يُجري النّاشرُ على امتداد نشاطه، سلسلةً من الخيارات التي تحدّد مستقبل مشروع المؤلّف، وتمنحه حياةً مستقلةً وجديدةً، قد لا يعود الكاتبُ في بعض الأحيان يعرف نفسه من خلالها، فهذه الخيارات سترمي بثقلها على طابع الثقافة المنشورة.

- إن الناشر يختار من بين مجموعة المخطوطات المعروضة عليه، تلك التي ستفضي الى كتاب حقيقي. وإذا كان صحيحاً أنّ رفض بعض المخطوطات ضروري، لأنَّ العدد الكبير جداً من المنشورات يخنقُ الكتب الجيّدة، إلّا أنه يخشى أنْ يطاول هذا القرار أعمالاً ذات نوعيّة جيّدة. ولحسن الحظ إن كثرة عدد النّاشرين وتنوّع معايير اختيارهم يمكن أن تحدّ من سلبيات مثل هذا القرار.

- في هذه اللحظة الحاسمة التي يتحوَّل فيها الناشر من عامل نشر إلى عامل حبْس للأفكار، تكونُ العوامل المؤثّرة ذات طابع اقتصادي واجتماعي: إن إنتاج الكتاب يستوجب تثميراً مالياً لا بدّ من استرداده على الأقل. وبالتالي لا بدَّ من التثبت من أنَّ الكتابَ سيجدُ جمهوراً. فبدلاً من إطلاقه في المجهول، من الأفضل توجيهه إلى فئةٍ محدّدة من قراء محتملين. إن فكرة جمهور محتمل للكتاب تتوقف على معرفة الناشر للسوق، عن طريق طلبيّات أصحاب المكتبات ومن خلال نتائج المبيعات.

- وبمقتضى السُّوق، يقرّر الناشرُ شكل الكتاب ومقاسه ونوعيَّة الورق وشكل

الحروف المستعملة، والغلاف والسّعر. وهذه المتغيّرات التي جرى تحديدها لجمهور محتمل، تحصر انتشار الكتاب في الفئة الاجتماعيّة المنشودة مسبقاً. وقد يحدث أن يكون السعر رادعاً لجماعة من القرّاء كانوا قادرين، لولا ذلك، على إنجاح الكتاب. وبالتالي فإن نجاح الكتاب يكمن في التلاقي بين الجمهور النّظري الذي يوجّه الناشرُ الكتابَ إليه، وبين جمهوره الحقيقي.

لذا فإن إنتاج الكتب المعروفة حاجتُها مسبقاً، والمحدَّد جمهورها ونطاقها، يشكّل مخاطرة أقلّ من إنتاج أعمال أدبيّة مجانية القراءة وغير محددة الاستعمال، ويتأثر مبيعها بتقلّبات الذوق والمزاج. إن الكتب المدرسيّة والمؤلفات العلميّة والجامعيّة المتخصّصة تستجيب لحاجات يمكنُ جردُها وتصنيفها، نظراً لأنَّ جمهورها معروف ومحدود. وإن الكتب ذات الطابع العملي كالمصنَّفة في تعميم الطب وفن الطبخ، والقواميس، إنما تتوَّجه إلى فئات واسعة جداً من القرّاء، لكّنها ذات حاجة ثابتة نسبيّاً. وعلى صعيد الأدب، فإن المأثورات (الكلاسيكيّات) الواردة في البرنامج الأكاديمي، ومؤلفات الكتّاب المعترف بهم في وسطٍ مطلّعٍ وفي الجامعة، تعتبر اختياراً أكيداً بالنسبة إلى الناشر.

بالطبع يصدر الناشر أعمالاً طليعيَّة، من أجل الشهرة والتميُّز، ولضمان مكانته في الوسط الأدبي الذي يصنع الذوق العام، لكنَّ المخاطرة بمنشوراتٍ كهذه إنما تُغطَّى بمبيع الكتب الوظيفيَّة. يمكن لبعض الأعمال الطليعية أن تشهد، حقاً، نجاحاً كبيراً، غير متوقَّع، لكنَّه قابل للتفسير في ما بعد: فمن المحتمل أن تكون تلبيةً للاهتمامات العامَّة التي ألمَّ بها المؤلّف دون أن يعي مداها ومحتواها، والتي يكشفها نجاح الكتاب للناشر فيأخذ بها ويستغلّها. ويجعل من إبداع أصيل إنتاجاً جماهيرياً: فيطلب من كتّاب مخفوضين إلى حالة المستخدمين، وضع كتب أخرى تتناول الموضوعات ذاتها، وتستعمل الزخارف عينها، الخ . . .

هذه هي صناعة الكتب الأكثر رواجاً Best sellers. وهي خاصة بمجتمع جماهيري، كالمجتمع الأميركي، حيث القراءة عامّة، وحيث حاجات الجمهور

مقولبة لأنها مصطنعة بواسطة وسائل الاتصال الجماهيري. ولا يمكن إشباع هذه الحاجات من خلال إعادة نشر المأثورات وحدها؛ فالجمهور يحتاج دائماً إلى المنشورات الجديدة، ويستهلكها كما يستهلك أفلام السينما والأغاني أو أزياء الملابس. ففي أميركا منتصف هذا القرن، التي انجزت إضفاء الطابع الديمقراطي على ثقافتها، تناقص عدد العناوين الجديدة لصالح الإصدارات الكبرى: (٥٠٠٠٠٠) نسخة على الأقل بالنسبة الى بعض العناوين. تتولّى أندية الكتب[٣] إطلاق الكتب الأكثر رواجاً (في فترة معينة) التي وإن كانت تستجيب لتوحيد حاجات القراءة فإنها توهم باختيار العارفين؛ كما أنّها تحاكي الطبعات الفاخرة، بأسعار في متناول الجمهور العريض.

في مواجهة ظواهر اجتماعية كهذه، ربما يُستدرج الناشر للاكتفاء بانتاج مؤلفات سهلة النجاح؛ وربّما يتعرّض النشر عندئذٍ لخطر الجمود. فإن ما يتيح التجدُّد وجود جمهور متعلّم ومثقف، جمهور قارىء مطلّع ومنتج لأعمال طليعية في وقت معاً.

شبكة التوزيع

يتأثر التوزيع باختيار الناشر لقنوات توزيع الكتاب: فالدورة المثقّفة والدورة الشعبية تختلفتان سواءً من حيث المؤسسات التي تخدمهما أم من حيث نوع الكتب التي يجري ترويجها من خلالها، ومن حيث الجمهور الذي تخاطبه ونمط القراءة الذي تدعو اليه.

وإن المكتبات المتنوعة والمكتبات المتخصّصة تصطفي من جملة الانتاج قسماً من العناوين لا أكثر، وهي تنهج سياسة تجارية وفقاً لزبائنها وللنطاق الذي تقع فيه، مثل جوار جامعة أو مشفى. والزبائن الذين تتوجّه المكتبات اليهم، معتادون على شراء الكتب، ويعرفون حاجتهم من الكتب، أو أنهم على الأقل قد صاغوا رغبتهم في شراء بعضها: كالعابر الذي يدخل الى مكتبة بعدما يكون قد ألقى نظرة على واجهتها، أو الزبون الذي سلك الطريق الى المكتبة عامداً

متعمّداً. إن صورة الزبائن تتدخل في اختيـار مخزون الكتب وتـرتيب الواجهـة، وهذا نخب إضافيّ يجريه صاحب المكتبة على مجمل الانتاج.

وخـلافاً للمكتبة، لا يتوجّـه «كشك» الجـرائـد والمجـلّات في مـطار أو محـطة قطارات، ومنصّة الكتب في محل قرطـاسيّة أو في سـوق كبير، ونشر الكتب عـلى الرصيف في بيروت، ولا يخـاطب جمهوراً معيّنـاً، بل يتـوجّه للعـابر، للمشـتري الـظّرفيّ. وبما أن بـاعة الكتب هؤلاء لا يمكنهم تحـديد سيـاستهم التجاريـة وفقاً لزبائن معينين، نجدهم يقدّمون كتباً مقولبة، نوعاً من قاسم مشترك بين مختلف الأذواق: فعـلاوة على المؤلفـات المأثـورة التي يفرض بـرنامـج التعليم الـرسمي قراءتها، تلبي الكتب التي يعـرضونها نـزعات وميـولاً بدائيـة، كنزعـات الخوف والعـدوانيّة والجنس، القليلة التـأثر بـالفوارق الثقـافيّة، والتي تـدعـو إلى قـراءة لامبالية أو سلبية. ولا يمكن لدورة الترويج الشعبي أن تـوصل معلومـةً للناشر، لأنها لا تجري نخباً، وليس لديها زبائن ولا سياسة تجاريـة محدَّدة. فهـذه الدورة مستبعـدة من نطاق النقـد والوسط الجـامعي، وهي بـذاتهـا لا تقـدّم مؤلفـين - باستثناء حالات نادرة حيث يجري استرداد هؤلاء من جـانب البيئة المثقفـة - ولا تساهم في التبادل الثقافي الذي تحتكره الدورة المثقّفة.

ومن ثمّ لا يمكن تصـوّر مسـار إنتـاج الكتب في منظار مثـالي يضـع الفكـرة المحض في أصل الإبداع، فهو ليس مساراً خطياً، ينـطلق من المؤلّف ليصل الى القارىء، بل هو ثمرة تبادل بين القرّاء والناشر، من طريق المال، أي من طريق طلبيـات المكتبات ونتـائج المبيعـات. فـالنـاشر ليس وسيـطاً سلبيـاً بـين المؤلّف وقـارئه، إذْ إنّ سلطتـه التقريـرية تؤثّـر في الانتاج (نخب، تشجيـع، توصيـات وطلبيات للمخطوطـات، إخراج، إضـافة المقـدّمات والهـوامش التفسيرية التي تسهل القراءة. . .) مثلما تؤثر في التوزيع.

يبـدو الناشر قـوياً وقـديراً. . . ومـع ذلك فـإن النشر في الغرب، شـأن كـل صنـاعة، لا يخـرج عن نطاق تـطور طريقـة الانتـاج في اتجـاه الاحتكـار وسلطة الـرأسـمال المـالي: فـالتـوزيـع مشروع مكلف، إنه يستلزمُ شبكـة اتصـالات،

ومساحات لتخزين المنتوجات. . . وعندما يغدو الإنتاج مهمّاً، يتدخّل الرأسمال المالي تحت ستار التوزيع، ويربط الناشرُ به من خلال الديون[٤]. وعلى هذا النحو يمكنه التدخل أكثر فأكثر لضمان مردود الاستثمار، في مسار الانتاج، وفي مرحلة بلورة المشروع، وهذا التدخل الأخير أكثر إقلاقاً وخطورةً من الأول. إن موضوع الرّهان يكون كبيراً «عندما يتعلّق الأمر بمنتوجات تقولبُ الإجماع الاجتماعي وتنمذجه»[٥].

أمامنا هنا وصف لطريقة سير جهاز النشر في منظومات الانتاج الغربيّة، وهو لا يمكن نسخه لدراسة النشر في بلدٍ على طريق النمو، لكنّه قادر على الايحاء بالأسئلة التي ستوجّه البحث، وعلى تبيان خصوصيّات النشر ومصاعبه في بلد متخلّف. وبوجهٍ خاص، لا بد من الإشارة، في عداد العقبات، إلى الفارق الثقافي الكبير القائم في البلدان النامية بين الوسط المتعلّم ومجمل السكّان، وحتى عندما يكون السكان متعلّمين، يكونون مبعدين عن كل تبادل ثقافي، لأنّه يتم بواسطة استعمال لغات غربيّة. وعلى هذا النحو يشكّل المثقّفون أقليّة لا يكفي عددها لتسويغ نمو منشورات محلية (يخنقها، من جهة ثانية، استيراد الكتب، المدرسية خصوصاً). كما أن المثقّفين بعيدون جداً، من الناحية الثقافيّة، عن مواطنيهم، كي يتمكنّوا من إنتاج مؤلفات يمكنها أن تجد صدى في البلد، وأن تسهم في إغناء التراث الثقافي المحلّي. فهذه مثلاً حالة المؤلفين الأفارقة الذين لا ينفصلون عن مواطنيهم فقط بالحواجز اللغوية التي تكوّنها العاميّاتَ المحليَّة، بل يكتبون أحياناً بلغات أوروبيَّة. إنهم يتناولون موضوعات اجتماعية مثل الزنوجة، حيث تُلقي على الذات نظرةً أوروبيّة/ مركزيَّة. ويبدون كأنهم يخاطبون الغربيّين أو على الأقل يتوجّهون للنُّخَبِ المحليّة الذين تتأثر ردودهم الانفعالية والفكرية بمؤثرات الثقافة الغربية[٦].

إن مثال المشكلات التي يصادفها النشر في البلدان الافريقيَّة، يبينّ اذا كان ثمَّة ضرورة للبيان، أهميّة الاتصال والتواصل بين المؤلّف والجمهور، وانخراط

الأول في وسط اجتماعي تجد فيه أعماله صداها، وحجم الجمهور المحتمل الذي يتطور النشر لأجله.

من الواضح، في حالة لبنان، أنَّ الجمهور المحلي محدود جداً حتى يسوّغ انتاجاً للكتب يكون ذا مردود. في المقابل، تتيح وحدة اللغة بين لبنان وبقية الأقطار العربية إمكانات سوق واسعة أمام منشوراته، زدْ على ذلك أنَّ التعليم الجامعي قد جرى تعريبه في معظم الأقطار العربيّة، فلا يوجد حاجز لغوي بين الوسط المتعلم ومجمل السكّان.

وفي هذا السياق يُطرح السؤال عن دور الناشر اللبناني في مسار الانتاج الفكري، وكيف يؤمن الاتصال بين المؤلفين وقراء الأقطار المختلفة الذين يخدمهم، وما هي الثقافة التي يروجها من خلال الكتب التي ينشرها، وما هي العوامل التي تحدّدها.

سنحاول بوجهٍ خاص الإجابة عن المسائل التالية:

- إلى أي حدٍّ يخاطر الناشر في إصدار مؤلفات معاصرة، وتشجيع الإبداع في الفكري العربي؟
- هل يغامر في مجال القراءة المجانية أم أنه يظلّ في الميدان الأضمن، ميدان القراءة الوظيفيّة؟
- عن أي نوعٍ من الأسئلة والاهتمامات المشتركة يحاول أن يجيب؟
- إن تأثير الجمهور المحتمل حاسم، كما اتضح لنا في النموذج العام، وهذا الجمهور يجري تصوّره أو التنبؤ به من خلال نتائج المبيعات. ما هو هذا الجمهور بالنسبة الى النشر اللبناني، وما هو وزن السوق في قرار الناشر، وما هي السوق المقصودة؟ هل السلطة فعلياً بين يدي النّاشر(٧)؟

إن موضوع الرّهان ذو أهميَّة: فخياراتُ الناشر اللبناني تحدّد إلى حدٍّ كبير الثقافةَ العربية المعروضة على استهلاك القراء من المشرق إلى المغرب. «فمن دون المساهمة اللبنانيّة، لا يوجد معرض للكتاب في العواصم العربية» هذا ما أكّده لنا عددٌ من الناشرين. فالأمر يكاد يتعلّق باحتكار يتقاسمه لبنان مع

مصر. يُقـدَّر حجم الانتاج المصري بـ ٤٥٠٠ ـ ٥٠٠٠ عنـوان. وحجم الانتاج في لبنـان بـ ٣٠٠٠ ـ ٤٠٠٠ عنوان[٨]. لكن هـذا الفارق لا يعتـبر أكيداً، نـظراً لغيـاب الضبط البيليوغـرافي في لبنان. وفي كـل الأحوال، تُعتـبر نوعيَّة الكتاب اللبناني أرفع، وكذلك إمكانات ترويجه.

ومهما كان من أمر ذلك، فإن هذا الاحتكار سلاحٌ ذو حدّين:

١ ـ بالنسبة إلى المؤلفين العرب، الا يخشى على هذه الهيمنة من أن تعيق المسار الانتاجي الفكري؟. «إذْ إن حِراكَ الكتاب يولّد الإبداع والإبداعيّة»[٩].
٢ ـ بالنسبة إلى اللبنانيين، ألا تقوم أهمية السـوق العربيـة التي يمكنها أن تحـدّد خيارات الناشر، على حساب حاجاتهم الخاصة؟

٢ ـ الطرائقيَّة والمصادر الإعلاميَّة

فرضيَّاتٌ أساسيَّة

حين ينكبّ المرء على موضوع النشر اللبناني ويطرح المسألة بحدود التعارض بين الحاجات العربيّة والحاجات اللبنانية، بين النّشر اللبنـاني والثقافـة العربيَّـة، يجـد نفسه أمـام السؤال التالي: هـل يمكن الكلام عـلى نشر لبناني، وفصله عن النشر العربي بعامّـةٍ؟ أم على العكس يمكن اعتبـار المؤلّفين والجمهـور والناشرين كأنهم يشاركون في ثقافة واحدة ولهم انتماء واحد؟. في هـذه الحالـة، يمكن محو كل خصوصية في هذا الميدان واعتبار النشر اللبناني أو العربي بلا تفريق.

إن الـظروف التاريخيـة ومنظومـة لبنان السيـاسيـة والاقتصـاديـة شجّعت نمـو النشر، خـلافاً لأقـطار عربيّـة أخرى، وبـالتـالي يمكننـا درس خصـوصيَّـة النشر اللبناني كما رسمتـه ظروفـه التاريخيـة. وهذه الخصـوصيَّة تكمن في الـدور الذي يلعبـه النشر اللبنـاني في التبـادل الثقـافي العـربي. فعـلى غـرار جميع المنـاشط الاقتصـادية اللبنـانية الأخـرى، يعتبر النشر منشط تحـويل وتـرويج، يلعب فيـه اللبناني دور الوسيط على صعيد السوق العربية.

«إن نبوغنا مكوَّن من التقليد أكثر مما هو مكوَّن من الابتكار، ومصنوع من التحويل أكثر مما هو مصنوع من التجديد، ومن النقل أكثر مما هو معمول من الابداع»[10].

انطلاقاً من هذه الفكرة، نودّ أن نبيّن كيف تطوّر النشر اللبناني بالنسبة الى السوق العربية، وكيف خضع لتقلّباتها، وراح ينتج بناءً على طلبات هذه السوق. فالكتب التي أصدرها، مؤلفوها مثقفون عرب، من مشارب مختلفة، يقدّمون كتاباتهم لاستهلاك قرّاءٍ هم أيضاً مشتتون في أرجاء العالم العربي. وربما أمكن أن نحلم بتبادل ثقافي مُغْنٍ بين مختلف الأقطار العربية، يمكن للناشر اللبناني أن يلعب من خلاله دور الصّاهر. ولكننا نشهد تقسيم أدوار بدلاً من تبادل حقيقي: بما أن المبدعين بعيدون عن المستهلكين جغرافياً وسياسياً، فإن الناشرين اللبنانيين يؤمّنون التبادل بواسطة الطريقة الوحيدة التي يمكنهم مراقبتها، طريق التبادل النّقدي. وأن آثار هذا الوضع على الثقافة العربية، وخصوصاً على الإبداعيّة العربية، هي بالضرورة آثار مشؤومة: السعي وراء الربح الأضمن، الخوف من المخاطرة، رفض الجديد المبتكر. وبما أنّ النشر اللبناني لا ينمو في وسط متعلّم حيث يمكنه الاغتناء عن المبادلات الثقافيّة، فإنّه مُعرَّضٌ لخطر التجمّد، ويمكن للناشر أنْ يتحوَّل من «مولِّدٍ» إلى «تاجر عبيد»[11].

المصادر الإعلاميَّة

إن كل بحث في علم الكتب والمكتبات إنما يستند إلى مصادر بيبلوغرافيّة كالبيبلوغرافيّات الوطنية الجارية والراجعة وإحصاءات إنتاج الكتب من حيث عناوينها وعدد نسخها، الخ . . . وإننا في الحالة الراهنة نتناول دراسة ميدانٍ لم يُتناول من قبلُ في لبنان، مع غياب كل أداة بحث ودليل ناشرين وبيبلوغرافيا وطنيّة، الخ . .

وهكذا، لوضع دليل شامل للناشرين، تعيَّن علينا أن نستعين بثلاثة مصادر:

لوائحْ نقابة النّاشرين، لوائح غرفة التجارة ودليل الكتاب الذي صَدَرَ سنة ١٩٨٥[١٢]؛ لكنَّ المعلومات لا تتطابق، ولا تعبّر عن المستجدات، إذْ إنَّ العناوين الواردة فيها، تحيلنا غالباً إلى وسط العاصمة المدمَّر.

إن الاحصاءات الوحيدة المتوافرة هي إحصاءات الأونيسكو للأعوام (١٩٦٣ ـ ١٩٧٠)، التي تعتبر المعلوماتُ الواردةُ فيها جزئيةً نظراً لغياب التدقيق المحلي. فهي تغطي ٦٠٠ عنوان، الأمر الذي يمثل ٢٠ إلى ٢٥ بالمئة من مجمل الانتاج[١٣].

فالضبط البيبليوغرافي الوطني وهو المهمة الرئيسة للمكتبة الوطنية في كل بلد، إنما يرمي إلى الإحاطة بإنتاج الكتب الصادرة فوق أراضي هذا البلد، وذلك بإصدار نشرة ببليوغرافية وطنية جارية. وهذه النشرة لا مناص منها في إنتاج الإحصاءات المتعلّقة بالمنشورات الجديدة والإعادات، الخ... ويستند الضبط البيبليوغرافي الوطني الى تطبيق الإيداع القانوني وإلى فعالية المكتبة الوطنية حيث يجب إيداع المنشورات وتصنيفها.

ولا يمكن في لبنان الوثوقُ بضبط كهذا: إذ إن قانون الإيداع الموضوع سنة ١٩٤١[١٤]، لم يطبَّق بدقَّةٍ أبداً. وبالتالي، فإنّ البيبلوغرافيا التي أصدرتها المكتبة الوطنية في الأعوام ١٩٦٤، ١٩٦٥، ١٩٧١، ١٩٧٢[١٥]، لا يمكن الوثوقُ بها كثيراً، فهي لا تمثّل سوى جزء من الانتاج الوطني الذي قُدِّر سنة ١٩٧٠ بـ ٣٠٠٠ عنوان، وهي لا تغطي سوى ٢٢٢ عنواناً سنة ١٩٧١، الأمر الذي لا يشكل عشرة بالمئة من الانتاج.

ولا يستطيع النّادي الثقافي العربي، بمبادرة خاصة، الحلول محل المكتبة الوطنيّة. فالبيبلوغرافيا التي يصدرها[١٦]، تطمح إلى تغطية الكتب العربية الصادرة في لبنان. وهي تتوقّف على مدى اهتمام الناشرين بها الذين قلّما يهتمون بالمساهمة فيها، نظراً لضيق مجال رواجها، ولتفادي دفع مبلغ زهيد من المال للإعلان عن كل عنوان. وبالتالي لا يعلن الناشرون عن كل العناوين التي يصدرونها.

بدأ تأريخ النشر مع الأب لويس **شيخو**[١٧] الذي قدّم جردة دقيقة عن العناوين المنشورة منذ بدايات الطباعة حتى العام ١٩٠٠. وقد استأنف الأب ج. **نصر الله**[١٨] سنة ١٩٤٨ تاريخ الطباعة، فقدّم لوائح بعناوين منشورة حتى العام ١٩١٤، ووصفاً للوضع من دون لوائح، للحقبة الممتدة من ١٩١٤ الى ١٩٤٨. إلّا أن هناك نقصاً في المعلومات المتعلقة بالفترة الممتدة بين ١٩٤٨ و١٩٦٠. ووصف الأستاذ **عبد اللطيف شرارة**[١٩] سنة ١٩٦٢، وضع النشر المعاصر دون أن يقدم معطيات دقيقة، أما إحصاءات الأونيسكو ما بين ١٩٦٣ و ١٩٧٠ وبيبلوغرافيا المكتبة الوطنية للأعوام، ١٩٦٤، ١٩٦٥، ١٩٧١، ١٩٧٢، وبيبلوغرافيا النّادي الثقافي العربي للثمانينات، فقد استفدنا منها، على الرّغم من نواقصها، كنقاط للمقارنة التاريخية للفترة الممتدة بين ١٩٦٠ و١٩٨٦. وبالنسبة إلى الوضع الرّاهن، تعتبر بعض المقابلات التي أجرتها مجلّات أسبوعيّة مع ناشرين لبنانيين، المراجع البيبلوغرافية الوحيدة المتوافرة. ولا بدّ لنا من توسيع البحث عن النشر العربي عامّة، حيث يضطلع النشر اللبناني بدور مهم. ونجد حول هذا الموضوع بعض المقالات في المجلّات، وتقارير عن اجتماعات الخبراء تتناول المشاكل المشتركة[٢٠]. لكنَّ المعلومات التي تمكّنا من جمعها فقيرةٌ على صعيد المعطيات التي يمكن تحويلها إلى كمّ، وبالتالي، تعيَّن علينا أنْ نضع إحصاءاتنا بأنفسنا، عن طريق القيام بجردة للوائح الناشرين.

بوجه عام تذكر اللوائح، ما عدا بعض لوائح المنشورات الجديدة، جميع العناوين المتوافرة لدى الناشر، من إعادات وعناوين جديدة، كما تذكر أحياناً العناوين التي تنتظر طلبيات كبيرة ليصار إلى إعادة نشرها، هذا يعني أنها تمثّل مجمل الانتاج المعروض على الجمهور، بوصفه ثمرة عدّة سنوات من نشاط النّشر. فلا يمكن الإفادة منها في تحليل تعاقبي؛ إلّا أنَّ كمية العناوين الواردة في اللوائح تسمح بوصف مزايا الانتاج اللبناني. ولا تقدّم اللوائح غالباً سوى عنوان الكتاب واسم مؤلفه وسعره، وهي تفتقر إلى المعلومات المتعلّقة بالمضمون والقياس والغلاف.

الطرائقيّة (الميتودولوجيا)

الجماعة المدروسة

نحدّد مجال استطلاعنا بأنه مجمل ناشري الكتب في لبنان. ويُفهم الكتاب وفقاً للتعريف الدولي، بوصفه: «إصداراً غير دوري، مطبوعاً، يتضمن ٤٩ صفحة على الأقل، ما عدا صفحات الغلاف، ومنشوراً في البلد ومعروضاً على الجمهور»[٢١].

أما النّاشرُ فهو كل مؤسسة منتسبة إلى نقابة الناشرين، حيث جاء في المادة الأولى من نظام النقابة:

«يحظر على كل مؤسسة أن تمارس مهنة النشر فوق الأراضي اللبنانية دون انتسابها الى النقابة»[٢٢].

وبذلك يمكن تمييز الناشر من المطبعيّين والموزّعين، على الرغم من احتمال جمعه لهذه الوظائف. وبهذا المعيار نستبعد من بحثنا المطبعيّين الذين يبادرون إلى نشر كُتُبٍ، متجاوزين بذلك دورهم كمنفذّين فنيّين. كما هو الحال بالنسبة إلى إعادة إنتاج المنشورات القديمة، وهذا العمل كما يجري تطبيقه في الحالة الحاضرة، لا يستند إلى الوظائف الخاصة بالناشر، كالتنسيق والنّخب، الخ. . .

إن المركز الرئيس لكل ناشر يجب أن يكون في لبنان؛ وللكثير من الناشرين مكاتب أيضاً في القاهرة أو في أوروبا. لن نأخذ هوية الناشر وجنسيته بالاعتبار، لأن عدداً منهم حصلوا على إجازتهم قبل إدخال التعديلات على قانون المطبوعات، والتي تنص:

«المادة ٣: على كل مدير مسؤول لدار النشر أن يكون لبنانياً»[٢٣].

«المادة ٤: على كل طالب رخصة نشر أنْ يكون لبنانياً».

يبلغ عدد الناشرين المسجلين على لوائح النقابة ٣٩٢ ناشراً، غير أن تقديرات الناشرين أنفسهم وأصحاب المكتبات لا تتعدى الـ ١٥٠ ناشراً فعليّاً،

فلماذا هذا الفرق؟ ـ ليس هناك نظام حصري من شأنه منع الناشرين من حيازة عدّة رخص. والحال فإن الكثيرين منهم طلبوا رخصاً، مخافة أن يروا عددها قد حُصر وجمّد، كما حصل بالنسبة الى رخص الصحف، وعلى أمل أن يبيعوها بأسعار مرتفعة في المستقبل، أو أيضاً كوسيلة للتحايل على ممنوعات الرقابة العربيّة: إذ يمكن لناشرٍ ما اذا منعت كتبه من دخول هذا البلد العربي أو ذاك، بسبب عنوان واحد لم يعجب الرقابة أن يتعامل مع نفس البلد باسمٍ آخر.

ـ يمكن للنشر أن يكون منشطاً ثانوياً بالنسبة الى صاحب الرخصة، فينشر عنواناً من وقتٍ لآخر. ولا يطبّق النظام الذي يراقب ويضبط عدد العناوين المنشورة سنوياً:

المادة ٧: «تسحب الرخصة في الحالات التالية:

١ ـ اذا لم تنشر الدّار أي كتاب على امتداد السنة الأولى من تأسيسها.
٢ ـ اذا كان عدد المنشورات أدنى من أربعة كتب خلال العامين الأولين.
٣ ـ اذا توقفت الدّار عن أي إصدار طيلة عامين متتاليين»[٢٤].

العيّنة

حصلنا على قوائم مطبوعات لـ ٩٦ ناشراً، الأمر الذي يشكّل عيّنة مهمة بالنسبة إلى مجموع يُقدّر بـ ١٥٠.

لقد جرى جمع اللوائح في غضون العامين ١٩٨٥ و ١٩٨٦ خلال المعارض وعبر الاتصالات الشخصيّة. وهي بالتالي تمثّل الناشرين المهتمين بالتوزيع في لبنان بالذّات.

خضع (٧١) ناشراً للاستمارة، وتتألف العيّنة المتحققة من كل أولئك الذين أمكن الاتصال بهم، في مدى ستة أشهر، من كانون الأول/ ديسمبر ١٩٨٦، إلى أيار/ مايو ١٩٨٧. فهل يمكن اعتبار هذه العيّنة بمثابة عيّنة عشوائيّة؟ إنها كذلك بمقدار عدم قيامنا بأي نخب مسبق، وعدم تحديدنا أي معيار تصنيفي. إنما حاولنا فقط عدم حصر جهودنا في منطقة واحدة. وبالتالي نقبّنا في مناطق

البلد الشرقية وفي بيروت الغربية والضاحية على حدٍّ سواء. والمدن الكبرى الأخرى (طرابلس وصيدا) كانت ممثلة من خلال مكاتبها في بيروت.

وجرى إخضاع مجموع فرعي للمقابلة غير الصارمة. ووُضع هذا المجموع بطريقة النخب، وفقاً لمعايير حُدِّدت بعد فرز القوائم أو اللوائح. هي معايير الاتجاه الفكري، الأقدميَّة وحجم الانتاج. ويضم المجموع الفرعي (Sous-ensemble) ١٦ ناشراً.

المعالجة

فرز القوائم (اللوائح)

يمكننا اعتبار إنتاج الكتب كمؤشر (Indice) إلى الفكر الجماعي لمجتمع ما. ففي الواقع، يترجمُ الكتابُ اهتمامات المجتمع بقدر ما يترجم اهتمامات المؤلِّف، وهو مرشّح للنجاح بقدر ما يتوجّه الى فئات اجتماعية أوسع، تتأثر بهذه الاهتمامات والشواغل. فالناشر، حين يختار الكتاب ويروجّه بعدد معيّن من النسخ، إنما يفصح عن تصوّره للمجتمع: فهو يلبّي الحاجات التي يستشعر بها، ويخاطب جمهوراً يتخيّله، ويعرفه من خلال دراسات السوق أو بكل بساطة من خلال نتيجة المبيعات السابقة.

لقد عرَّف روبير إستيفال[٢٥] استخدام احصاءات إنتاج الكتب بوصفها مؤشراً إلى حالة مجتمعٍ ما، وبوصفها فرعاً علمياً قائماً بذاته: إن المقايسة الكتبية (Bibliométrie) أي الاحصاء البيبلوغرافي، تستعمل مؤشرات إنتاج الكتب، مؤشرات المدلول مثل العنوان، ومؤشرات الدّال مثل الحجم، القياس، الخ.. ومؤشرات الاستهلاك الفكري، تستعمل ذلك كله لدرس العلاقة القائمة بين المجتمع والبنى الفكريّة التي يقيمها، وسوف تستعمل البيبلوغرافيات الجارية والراجعة كمصادر، وتبحث عن «تقلّبات إنتاج الكتب كتعبير عن البنى الفكرية»[٢٦].

من بين المؤشرات التي يقترحها روبير استيفال، اعتمدنا على عناوين الكتب

فقط، المعلومة الدّنيا التي يمكن أن نجدها في كل المصادر البيبلوغرافيَّة. وكانت بيبلوغرافيّات النادي الثقافي العربي مفيدةً في تحليل تطور الإنتاج. إلاّ أننا لا نستطيع الاكتفاء بها، نظراً لأن عدد العناوين المذكورة ضئيل (فقط ٣٦٠ عنواناً سنة ١٩٨٥). وبالتالي استخدمنا أيضاً قوائم مطبوعات الناشرين التي تعرّفنا من خلالها إلى ٢١٠٠٠ عنوان تقريباً[٢٧] متوافرة في السوق. وصنّفت المعلومات المستخرجة في عشرة أصناف: الأقسام الموضوعية العشرة الكبرى التي يجريها التصنيفان العالميّان التصنيف العشري العالمي وتصنيف ديوي العشري على المعرفة البشريّة:

- تتضمن فئة (٠٠٠) الكتب المرجعيّة، الموسوعات والقواميس، والمواضيع ذات الاهتمام العام مثل التوثيق، معالجة المخطوطات، الخ... ويخضع استخدام هذه الفئة لمفاضلات المصنِّف الذي يمكنه أن يختار، مثلاً، إدخال جميع القواميس فيها، بدلاً من تصنيفها بحسب اختصاصها (لغات، علوم، الخ..): لذا سيُلاحظ أنَّ هذه الفئة تكون كبيرة ومهمة، بشكل غير طبيعي، في بعض البيبلوغرافيّات، لكن حجمها لا يكون ذا دلالة بالنسبة إلى الانتاج الفكري، فهو ليس سوى دالٍّ على جودة المصنِّف ونوعيّته.
- تتضمّن الفئة (١٠٠) كتب الفلسفة وعلم النّفس. ومما يؤسف له أن الاحصاءات لا تفرّق بين هذين العلمين، وإن وضعها في مجمّعٍ واحدٍ، يشكّل تضييعاً لدلالاتٍ ممكنة، لأن الاهتمام بالفلسفة محصور بالجامعيّين، في حين تحظى بعض المنشورات المعمِّمة لعلم النفس بجمهور واسع. لذا احترمنا، في فرز العناوين من البيبلوغرافيات وقوائم المطبوعات، التفريق بين هذين المجالين، مع تصنيفهما معاً في الجداول الإجمالية.
- تتضمن الفئة (٢٠٠) العناوين الخاصة بالدين والاعتقادات والممارسات والمؤسسات الدينيّة. كما أننا أدخلنا فيها حياة المسيح والقديسين والأولياء والنّبي، حتى لا نغرقها في عداد كتب التاريخ والسِّير.
- الفئة (٣٠٠) هي الأوسع، فهي تتضمَّن الاجتماعيَّات، الإحصاءات، العلوم

السياسية والاقتصادية، الفن العسكري، العلوم الإدارية والتجارية، التربية وأخيراً العادات والتقاليد. سنسعى الى تمييز كل هذه العلوم لنبيّن أين يتركّز اهتمام القراء واهتمام المؤلفين على حدٍّ سواء.

- تشمل الفئة (٤٠٠) كتب اللسانة، النّحو، قواميس اللغات، الخ.
- تتناول الفئة (٥٠٠) العلوم البحتة كالرياضيّات والفيزياء والكيمياء وعلم الحيوان وعلم الأحياء وعلم الفلك، الخ.
- تغطي الفئة (٦٠٠) مجمل العلوم المطبّقة والتقنيّات: طب، هندسة، صناعات مختلفة...
- تغطي الفئة (٧٠٠) جميع المناشط الفنيّة، ومن ضمنها العمارة، التحضّر، المسرح والسينما.
- الفئة (٨٠٠) مخصصة للأدب: شعر، روايات، وأشكال أدبية أخرى. لقد استحال علينا التفريق بين مختلف الأشكال الأدبية من خلال قراءة العناوين وحدها.
- تشمل الفئة (٩٠٠) التاريخ، الجغرافيا، والسّير أيضاً.

ومع تصنيف العناوين في هذه الفئات الكبرى، نحاول أن نعرف ما إذا كان الانتاج متنوّعاً أم أنه، على العكس، مترّكز في مجال أو بعض المجالات، كاشفاً بذلك اهتمامات مشتركة؛ وما إذا كان يخاطب المتخصصينّ والجامعيّين أم على العكس يخاطب جمهوراً أوسع. لذلك، سنهتم بالأدب اهتماماً خاصاً. ففي الحقيقة، يتضّمن الأدبُ مؤلفاتٍ أكاديمية مثلما يتضّمن أعمالاً أدبيَّة ذات قراءة مجانية.

يرى إسكارپيت:

«أنّ انتاج الكتب الأدبيّة واستهلاكها يرتبطان بالبنية السياسية بقدر ما هما من النشاطات الطوعيّة»[٢٨].

تتدخل في الأدب عوامل مؤسسيّة: الدعاية/ أو الدعوى، السياسة، الدين؛ وتتدخل فيه عوامل اجتماعية كدرجة التربية ومستوى المعيشة. كذلك لا بد للمجتمع من أن يكون قادراً على تقديم عددٍ كافٍ من الكتّاب والقرّاء، إذْ إنَّ البعض يتغذّى من البعض الآخر.

نسعى إذن الى التفريق في الأدب بين المؤلفات ذات الاستعمال الاكاديمي كالنّقد الأدبي والتاريخ والتعليقات التفسيريَّة، وبين الأعمال الأصيلة ذاتها، وفي عداد هذه الأعمال نفرّق أيضاً بين الأعمال المأثورة والمعاصرة، آملين بذلك أن نتعرّف، إلى حدٍّ ما، على درجة الإبداعيّة العربيّة المعاصرة.

كما أنَّ فكرة الفصل بين المؤلفات الأكاديمية وتلك التي تخاطب الجمهور العريض تجد تبريرها بالنسبة الى الفئة (٦٠٠) تقانة (تكنولوجيا) التي تتضمن، فضلاً عن المؤلفات العلميّة، كتباً تتعلق بالحياة اليوميّة والطب العائلي وتربية الأطفال والفن المنزلي. ومن الخطأ الفادح اعتبارها جزءاً لا يتجزأ من الأعمال الموجّهة إلى المتخصّصين.

وبالتالي جرى تفريع الفئة (٦٠٠) تقانة أو علوم مطبّقة، إلى: (٦٠٠) المستوى الجامعي الذي يشمل كل عناوين الطب، الهندسة المدنيّة، الصناعة، الخ... و(٦٤٠) الحياة اليوميّة حيث نصادف كل الكتب العمليّة في الطبخ والبستنة والتربية والعناية بالأطفال، الخ...

ولقياس الانتاج الفكري في مجتمعٍ ما، وسبر إبداعيّته في شتى الميادين، يتعين علينا أيضاً النّظر في معدل الترجمات بالنسبة إلى الأعمال الأصيلة، وتوزيع معدّل الترجمات في مختلف الموضوعات، دون أن ننسى أنّه في الوقت ذاته مؤشر إلى الاستهلاك الفكري: إن مجتمعاً فتيّاً، إنْ كان يقرأ كثيراً وليس لديه عدد كاف من الكتّاب لإشباع حاجاته، سيترجم أعمالاً أدبية للجمهور العريض؛ وإن كانت الجامعات متطورة، فسوف تكون أقل خضوعاً للانتاج الأجنبي في مجال العلوم الاجتماعية بوجهٍ خاص[٢٩].

لقد أضفنا الى التفريق المأثور بين الترجمات والأعمال الأصيلة والذي نجده في كل إحصاءات الكتاب، فئة «النصوص القديمة». وهي تشمل كل المؤلفات التي تدخل في الحقل العام، نظراً لأن مؤلفيها ماتوا منذ أكثر من ٥٠ سنة[٣٠]. إننا نسميها قديمة، لا مأثورة، إذْ يمكن اعتبار مؤلفٍ ما مأثوراً (كلاسيكياً) دون دخوله حتى الآن الى الحق العام (كطه حسين ومي زيادة، مثلاً). نحن نهتمّ بهذه الفئة، لأن نشر النصوص القديمة يتمّ على حساب نشر النصوص الجديدة: فهي توّفر على الناشر دفع حقوق المؤلفين، وتكفل امتياز النشر بلا مخاطر كبيرة، خاصةً عندما تكون هذه النصوص قد جُرِّبت من قبل. ففي المنشآت الصغيرة، يكونُ عدد المنشورات محدوداً، وبالتالي تؤخذ الحصة المخصّصة للنصوص القديمة من نشر الأعمال المعاصرة. صحيح أن كل مجتمع يحتاج الى عودةٍ لماضيه، وبالأخص المجتمع الذي لا يزال يبحث عن هوّيته، لكن الأمر يتعلّق، بكل أسف، بالنصوص ذاتها التي يعاد إنتاجها عدَّة مرّات، لدى عدّة ناشرين. إن الناشر، إذ يفضّل نشر نصوص قديمة، إنما يحبط الإبداع الفكري المعاصر. وليس المقصود هنا الحكم على القيم الخاصّة بالنصوص القديمة والأعمال الجديدة، إذْ إن بعض النصوص القديمة غير المنشورة يمكنها أن تكون أكثر فائدة من إعادة إنتاج عربي لمعلوماتٍ ملتقطة من المؤلفات الغربيّة؛ بل نعتبر أنه يتعينّ إعطاء المثقفين العرب الحاليين فرصتهم، وأن الكتابة حين تُشجّع إنما تفسح في المجال أمام الأمل بتحسّن الإنتاج الفكري.

هناك على الدوام في كل إنتاج نسبة من الأعمال القديمة التي لا تميّزها الإحصاءات من المؤلفات الأخرى، لكنَّ الذي استرعى انتباهنا هو ازدياد عددها وأهميتها في النّشر، في موازاة اهتمام متعاظم أكثر فأكثر تجاه «الإرث الثقافي»، ليس في الأقطار العربية الإسلامية وحسب، بل أيضاً في لبنان وفي كل وسائل الإعلام. ونرى في هذا الازدياد علامة مقلقة:

«فالأنظمة الكليَّة... أحلَّت العبادة الحصرية للإرث الثقافي محل الفن الشخصي، ضماناً للوحدة والخلود»[٣١].

إذن سيكـون معدّل النصـوص القديمـة مقياسـاً للإبـداعيّة. فهـو يعكس مـا يسميّه إدوارد شيلز العلاقة بين المـاضي والحاضر في المنـظومة الفكـرية لمجتمـعٍ ما[٣٢].

ولا يمكن إيجـاد مؤشرات عدد النسخ في قوائم المـطبوعـات، حتى يصار الى مقـايسة الاستهـلاك. ولقد حـاولنا بـواسطة الاستـمارة الحصول عـلى المعلومات المتعلقة بالإصدار المتوسط والإصدارات الكبرى، غير أننا استطعنا أن نلاحظ في قوائم مختلف الناشرين، تكرار العناوين ذاتها، وهذه علامة طلب قـوي عليها. فوضعناها في القوائم التي تشير إلى عدد الناشرين المختلفين لعنوانٍ واحد.

أما (مؤشرات) الشكل والمقاس (مجلّد أو مقصّب، طبعة شعبيـة أو فاخـرة)، التي كان بإمكانها أن تساعد على التفريق بين عـدة أنماط لتـداول الكتاب، ذات علاقة بمختلف فئات القرّاء، فـإنها غالبـاً ما تغيبُ عن قـوائم المطبـوعات. وإن الاستـطلاع الميداني هـو الذي سيسمـح لنا بـالقول إن كـان ثمـة عـدة أشكـال للنشر، على غرار الكتاب في الغرب، حيثُ يمكنُ لفئاتٍ اجتماعية شديدة التباين أن تتعاطى القراءة.

كما أنّها ذاتُ دلالةٍ، بالنسبة الى الفئات الاجتماعية التي يتوجّه الكتاب اليها، الأسعـارُ التي أمكن مقـارنتهـا في العـام ١٩٨٥ وحـده، قبـل أن يتعـرّض سلّم الأسعار للتقلّبات الشديدة التي أفقدته دلالته في نظر المشتري اللبناني.

إننا نترك لآخرين الاعتناء بدراسة عـرض النصوص وتحـريرهـا (تقطيعهـا)، ووجـود الجداول والـرسوم (الفهـارس) والمراجـع في الكتب، وباختصـار دراسة «شروط معقوليّتها»، حسب صيغـة هنري/ جـان مارتـان[٣٣]. فهذا العمـل يهم القيمين على المكتبات الذين يتعاطون بالكتب ذاتها. غير أنَّ كل راصد يمكنه أنْ يلاحظ قلّة الأهميّة المعطاة لمعقوليّة النص، في إعادة نشر النصوص القديمة.

أما توزيع مختلف الموضـوعات حسب الأنـواع (كتب مترجمـة، كتب قديمـة،

مؤلفات معاصرة) فسوف يُعرض في جداول ذات مدخلين، ويمكننا أن نقدم لمحة عن الإنتاج الثقافي المعروض على الجمهور سنة ١٩٨٥ و١٩٨٦.

بما أنَّ القوائم تذكر جميع العناوين المتوافرة في السوق، من قديمة وجديدة، فليس بالإمكان استعمالها في سبيل رصدٍ لتطور الانتاج. إذن، استعملنا البيبلوغرافيّات السنوية الجارية والمتوافرة، لأجل مقارنة سنوية وفرزناها بالطريقة ذاتها.

الاستمارة

استوحيت الاستمارة من لقاءات غير مبرمجة مع بعض الناشرين، وجرى تطبيقها على عشرةٍ منهم، قبل أن توضع في صورتها النهائية وتوزَّع على جميع الناشرين الذين تمكّنا من الاتصال بهم. تتضمن ٩٥ سؤالاً موزّعاً على موضوعات: معلومات عامة عن المنشأة، العلاقات مع المؤلّفين، سلطة الناشر في مسار نخب المخطوطة وتحويلها، سياسة النّشر، قنوات الترويج وصورة القارىء. وربما يُقال إن عدد الأسئلة مرتفع جداً، الأمر الذي أمكنه أن يجعل الاستمارة منفّرة. لقد وجدنا أنفسنا في وضعٍ يمتنع فيه خفض عدد الاسئلة، نظراً لغياب دراساتٍ سابقة حول الموضوع. وبالتالي اخترنا مساعدة الناشر على ملء الاستمارة؛ الأمر الذي كان، في هذه الظروف، لا يستلزم أكثر من نصف ساعة، وسجّلنا استنكافاً لدى الناشرين عن الرّد على كل الأسئلة، خصوصاً تلك التي كانت تتطلب إجابات دقيقة ومعطيات رقميَّة، بوجهٍ عام، كان الناشرون يتجنبّون إعطاء أرقام أو أنهم كانوا يضخمّونها. فهل هذا من باب الخجل من خلط الآداب بالأرقام، الذي يجعل من النشر «عالم صمت»[٣٤]؛ أم أنه ناجم بكل بساطة عن غياب دراسات للسوق، نظراً لأن الناشر لا يستشعر الحاجة الى العمل انطلاقاً من معرفة حاجات الجمهور؟ سنبيّن في مجرى الدراسة أنّ الناشرين اللبنانيين غالباً ما ينتجون وفقاً لطلبياتٍ مهمة لحساب قطاعات الدولة في الأقطار العربيَّة، وأنّهم قلّما يتصلون مباشرةً بجمهورهم، وأن بيع انتاجهم لا يتوقف في الغالب على طلبات قرائهم أنفسهم.

لقد جرى استثمار الإجابات على الحاسوب (الكمبيوتر)، والأسئلة المفتوحة كانت موضوع تحليل يدوي، ولقد جرى الربط بين كثير من الأسئلة، لكنّ نسبة عدم الإجابات لم تسمح ببلوغ مقدار المعلومات الذي كان من حقّنا أن نأمله. والأسئلة التي شبكناها ببعضها، تتعلّق جوهرياً:

- بالعلاقة التي يمكن أن توجد بين المزايا الاجتماعية/ المهنيّة للناشر ووسط النشر من جهة، وإنتاج الكتب جسب الموضوعات والأنواع من جهة ثانية.
- بالعلاقة بين الناشر ومنشأة النشر من جهة، وسوق الكتاب من جهة ثانية.
- بالتوزيع الجغرافيّ للسوق والتأثير الممكن لكل منطقة في الانتاج والموضوعات والأنواع، وعلى سبيل المثال نتساءل ما هي مفاضلات أقطار الخليج بالنسبة إلى موضوعات الكتب، وهل تطلب مزيداً من النصوص القديمة والمؤلفات المجلّدة... وعلى هذا النحو سنتّمكن من قياس تأثيرها في الانتاج، ومن ثَمٍّ، ضغط القدرة الشرائيّة على الثقافة المعروضة لاستهلاك القرّاء العرب.
- بموازين القوى بين الناشر والمؤلّف، وسلطة الأول في نخب المخطوطة وتحويلها.
- بتحديد الجمهور المنشود والعلاقة بين خيارات الناشر وفئة القرّاء المتوقّعة.

إن جملة هذه العلاقات ستظهر العوامل التي تضغط على قرار النّاشر، ومن خلاله تضغط على الوصول إلى المعلومات والثقافة في العالم العربي.

المقابلة

عندما كنا نلمس لدى الناشر استعداداً لاستطلاعنا الميداني، كنا نبدأ بمواجهة غير مبرمجة، وكنا نحرص على عدم إظهار الاستمارة له، حتى لا يتأثر في اختيار الموضوعات التي ينبغي سردها. وعندما كان الإيحاءُ يبدو قد استنزف قبل أوانه، كنا نجدّد إطلاقه حول موضوعٍ أو موضوعين كانا مثار اهتمامنا بوجه أخصّ.

جميع المقابلات جرى تحليلها موضوعيّاً. وجرى توزيع الموضوعات المذكورة

داخل جدولٍ لكي نتمّكن من مقارنتها وإحصائها. لقد أتاح لنا هذا العملُ المجال لاستكشاف الاهتمامات المشتركة بين الناشرين. وهي تتعلّق بالتعارض، المعاش على الصعيد الأخلاقي بوجهٍ خاص، بين النّاشر ومنافسيه، وبالعلاقة التي يقيمها مع المؤلّفين والقرّاء. وبالتالي يمكن اعتبار مجموعة المقابلات كأنها خطاب واحد، «خطاب النّاشرين»، وإخضاعها لتحليلِ مضمونٍ محدود. وهدف هذا التحليل إيضاح الصّورة التي يكوّنها الناشر عن نفسه والآخرين، والكيفيّة التي يرى بها «مسرح النشر الحبريّ الصغير»[٣٥]، والأشخاص الأربعة الأساسيون في هذا المسرح هم: أنا الناشر، الناشرون الآخرون، المؤلّفون والقرّاء. أما الطريقة فتكمن في استخراج الأفعال التي يكون فاعلُها واحداً من الممثلين الأساسيين، وتوزيعها على الأعمدة، حسب الفاعل وبراتوب تواتر متناقص. وفي سبيل نتائج أفضل، قمنا بإعادة جمع الأفعال المتقاربة دلالياً، وبترميز التقويم الايجابي/ السلبي أو الحيادي، الذي يوحيه النّاشر.

يظهر، كما سنبيّن لاحقاً، أن الفكرة الكامنة وراء مجمل هذه الخطابات هي التعارض بين الثقافة والمال، وهذا تعارض ملازم لمهنة النّاشر، مردّه إلى الطابع المزدوج للمادة المنتجة، للكتاب؛ ويعيشه الناشر بوصفه نزاعاً بين مختلف الممثلين في مسار النشر.

سنبدأ في الصفحات التالية بتناول الكتاب المنتَج في لبنان، وسننكّب على متابعة تطوّره، قبل أنْ ندرس دورة النشر ذاتها، في محاولة لوصف الثقافة المعروضة على القرّاء العرب.

الفصل الاول

إنتاج الكتاب:
تطوره واتجاهاته المستقبلية

على الرّغم من كون موضوع هذا الكتاب ليس الشّروع بدراسة تاريخيّة، لا يمكن رصد الواقع الحاضر دون أنْ نرى فيه، على غرار حلقات جذع الشجرة الدائريّة، علامة مراحل أضفت على صناعة الكتاب اللبنانيّة طابعها الرّاهن. ومع قراءة التأريخ التأسيسي للمطابع ودور النشر، نتساءل كيف صار النّشر اللبناني مشروعاً تحويليّاً في خدمة العالم العربي، وكيف بدّل جمهوره ومحيطه الاجتماعي.

أحياناً تكون المعلوماتُ المتوافرةُ مفصّلة، بوجه خاص حتى ١٩١٤ وبعد ١٩٦٠، وأحياناً تكونُ مفتقرةً جداً إلى المعطيات الوقائعيَّة. فظهرت نتائج البحث غير متكافئة، ولذا سنُتّهَم، بحق، بتهمة الموجزات التاريخيّة السريعة. لقد حاولنا أن نستعمل المعطيات المجمَّعة أفضل استعمال لرسم خط تطور عام، على الأقل.

نشهد على امتداد تاريخ الكتاب المطبوع في المشرق، ومن خلال التأريخ التأسيسي للمطابع ودور النشر اللبنانيّة، تحوّلاً في وسط النشر اللبناني ولدى الجمهور القارىء ونرى سلطة النشر تنتقل من أيدي الإكليروس (رجال الدين) الى أيدي منشآت التجاريّة (مركنتيلية) تخضع لطلبات السوق العربية وتقلبّاتها.

وحين نقارن الانتاج الماضي والحالي إنما نبرّز الانعطافات الثقافيّة، كعلامةٍ للتحولات التي طرأت على المجتمع اللبناني أولاً، وعلى المجتمع العربي بوجهٍ أعمّ. إنها علامة وصول فئات اجتماعيّة جديدة إلى الانتاج الثّقافي، وهي نتيجة للانقلابات السياسيّة في المنطقة وتأثيرها في الحياة الثقافية للأقطار العربيّة. فمن خلال تعاقب المواضيع المنشورة، والحصة المخصَّصة للترجمات والنصوص القديمة والإبداعات الجديدة، نلمح تجاذبات الانتليجنسيا العربية وتمزّقاتها بين التأثير الغربي الذي تحمله والبحث عن هويَّة خاصة بها، حتى أنَّ هذا البحث ذاته ممزّق بين التطلعات السياسية إلى العلمنة والاشتراكيّة، ورفض كل منظومة مستوحاة من الغرب، من أجل عودة الى المصادر، إلى التراث الإسلامي الذي يمكنه أن يقدّم نموذجاً سياسياً مختلفاً.

١ ـ لمحة عن تأسيس المطابع ودور النّشر

الكتاب بين أيدي الاكليروس

في خلال القرن السادس عشر م، ظهرت الكتب المطبوعة الأولى في المشرق، أنها كتب الصلاة، المطبوعة أولاً في ايطاليا. فقد طُبع الكتاب الأول بالحروف العربية سنة ١٥١٤ م في فانو، وهو كتاب مواقيت مَلَكيَّة[١]. وطُبع الثاني سنة ١٥١٦ في جنوى، وهو كتاب مزامير. وسارت مطابع أوروبية أخرى على هذا المنوال، لا سيما في فرنسا. تدخل البابا في روما وريشليو في فرنسا، تدخلاً مباشراً في اختيار النصوص المطلوب طبعها: كتب مقدّسة، كتب تعاليم دينيّة ومساجلات معادية للإسلام[٢]. وخلافاً للبابوات الذين كانوا يتصوّرون النشر من منظار ديني لا غير، كان آل مديشي (Médicis) ينشرون كتب القواعد العربيّة ومؤلفات فلسفيّة وطبيّة[٣].

كما أنَّ المراكز البروتستانتية اهتمّت بنشر مؤلفاتٍ عربيَّة، ليس فقط لترويج أفكار الإصلاح الديني، بل أيضاً بروحيَّةٍ علميَّة، وبذلك، تميّزت من النشر الفرنسي والايطالي، بانكبابها على أعمال العرب العلميّة[٤]. ففي هولندا وألمانيا،

كانت المطابع تابعة للجامعات حيث يجري تدريس العربية، إلى جانب العبريّة والتركيّة، وهناك كثير من المؤلفات التي تتناول النحو العربي الميسَّر للطلّاب الأوروبيين (أكثر من ثلث مجموع المطبوعات في أوروبا)، وهناك أيضاً مؤلفات في الطب وعلم الفلك والرياضيّات، وهي غالباً موضوعةٌ بلغتين للطلاب المستعربين[٥].

في المشرق، في دير مار قزحيّا، تأسست المطبعة الأولى سنة ١٦١٠ م. والكتاب الوحيد الذي وصلنا هو كتاب مزامير بالكرشونيَّة. وربما كانت التجربة مبكّرة جداً، فقد استأنفتها الكنائسُ المحليّة، بعد قرن: سنة ١٧٠٤ م، في حلب، ابتكرت المطبعة الأولى بأحرف عربية مشرقيّة، وهي تابعة للبطريرك الأرثوذكسي الشرقي (الملكي Melkite) وتصدر كتباً طقسيَّة وعقيديّة مسيحيَّة. وفي سنة ١٧١٣ م، أقام الرهبان الملكيّون مطبعة في دير الشوير الذي لجؤوا اليه، وبدورهم قام الروم الارثوذكس بتأسيس مطبعة القديس جورج في بيروت سنة ١٧٥١ م. وبالتالي، كان إنتاج الكتب وترويجها خاضعين لرقابة الإكليروس وحدهم، على امتداد القرنين السابع عشر والثامن عشر.

خلال ذلك، كان ثمة سجالٌ حول استعمال المطبعة يقسّم المسلمين[٦]. فقد ألغى العثمانيون الحظر على استعمال الكتب المطبوعة الذي كان **بايزيد الثاني** قد أمر به سنة ١٤٨٥ م، ثم سليم **الأول** سنة ١٥١٤، لكنَّ طبع القرآن ظلَّ ممنوعاً[٧]. المطبعة الأولى في استنبول، سنة ١٧٢٦، كانت تحت رقابة السلطة العثمانية التي تستعملها في سبيل دعايتها السياسيَّة. فأصدرت تاريخ السلاطين، كما أصدرت نصوصاً إسلاميّة، ولم تشهد بعض المحاولات السياسية للإصلاح انتشاراً كبيراً: فالعمل السياسي لا يزال بعيداً عن متناول معظم القراء المحتملين.

وبينما كانت المطبعة في المشرق بين أيدي السلطة الدينية، من أكليروس أو خليفة، قامت القوى العلمانيَّة بإدخالها الى مصر. فقد حملها معه الجنرال

بـونابـرت، واستعملها محمَّـد عليّ من بعـده: اعتبـاراً من ١٨٢١ م، أخـذت مطبعة بولاق تنشر النصوص الكبرى في الأدب العربي.

في غضون القرن التاسع عشر، أنشأت الإرساليّات الغربيّة والكنائس المحليّة عـدداً من المـدارس، في لبنـان، وكـانت تحتـاج الى كتب. إن أهم مـطبعتـين، المطبعة الأميركية (سنة ١٨٣٤) والمطبعة الكاثوليكيّة (سنة ١٨٥٤)، قد أسستهـما الإرسـاليّات الغـربيَّة. وكـانت تصـدر، فضـلاً عن الكتب الخـاصـة بـالعقيـدة المسيحيَّة (البروتستانتية بالنسبة إلى الأولى، والكـاثوليكيـة بالنسبـة الى الثانيـة)، مؤلفات الأدب الجديـد: **ناصيف اليـازجي، بطرس البستـاني**، الخ. . . وكتبـاً تتعلّق باللغة العربيّة، وقواميس. . . كما كان لأديرة الكنـائس المحليّة مـطابعها، ونذكر بوجه خاص الأديرة السريانية والارثوذكسية، وراهباً في إهدن وآخرين في نهر الكلب، ودير المخلّص[٨].

المطبعة تخرج من الأديرة

لكنَّ طباعة الكتب وتـرويجها لم يعـودا، في النصف الثاني من القـرن التاسـع عشر م، وقفـاً عـلى الأكليروس وحـدهم. فبفضـل المـدارس التي أنشـأهـا الاكليروس، توصّل العاميّون إلى الثقافة وأخـذوا على كـاهلهم طبع كتبٍ أدبيّـة ودينيّة على حدٍّ سواء. كـان هناك مـطبعتان للكتب في بـيروت وأربع مـطابع في الجبل مستقلة عن الاكليروس (من أشهرها مطبعة بطرس البستاني).

كانت المطابع الأخرى تصدر الجرائد، بلغ عددها تسع مطابع، وكانت تحت رقابة السلطة العثمانية. تعتبر «**حديقـة الأخبار**» وهي أول جـريدة محليـة أنشئت سنـة ١٨٥٤، بمثابـة الجريـدة الـرسميـة. والمـطبعـة الأولى التي يملكهـا مسلم، تأسست سنة ١٨٧٤، ونشرت أيضاً جريدة «**ثمرات الفنون**». مع هذه المطبعـة بدأت الطائفة السنيَّة اللبنانية بالوصول إلى سلطة الإعلام، بفضل المكانة المميزة التي كانت تحظى بها في ظل الحكم العثماني. وكل المـطابع ذات الإدارة السنيـة التي توالت بعد ذلك، أصدرت جرائد أيضاً، ولم تهتم بالكتب إلاّ قليلاً[٩].

وبشكل خاص، ظهر الاهتمام بالسياسة وبتزايد عدد الصحف مع ثورة تركيا الفتاة عام ١٩٠٨: ففي الواقع، أخذت الرقابة تخفّ بادىء الأمر، مما سمح بتأسيس حلقات سياسية وجرائد ومجلّات، ومعها تزايد عدد المطابع[١٠]، لقد سجلت الثورة في المشرق بأسره وصول فئات جديدة إلى الحياة السياسية.

سنة ١٩١٠، جاء دور الطائفة الشيعية بامتلاك مطبعتها: **مطبعة العرفان** في صيدا. منذ البداية، كان انتشار منشورات العرفان واسعاً جداً، لأنّها كانت تصدّر إلى العراق كتباً في العقيدة والتاريخ والأدب، ويبدو أنها أول مطبعة أخذت تتطور لتلبية حاجات خارجيّة، من خلال طلبيّات كبيرة من المراكز الشيعية في العراق.

المنشأة الخاصة تتطور مع النشر المدرسي

بعد الحرب العالمية الأولى التي علّق نشاطُ النشر في أثنائها، خرج لبنان من الوصاية العثمانية ليقع تحت الوصاية الفرنسيَّة، وشهد تطوراً على صعيد المطبعة المدرسية والمنشورات بالفرنسيّة. فاستأنفت نشاطها كبريات المطابع الأميركية والكاثوليكية، لكن المنشأة الخاصة تدخلت أيضاً، مع مطبعة كرسو (Cressot) للكتب المدرسية العربية والفرنسية. وكانت هذه المطابع الثلاث تحتكر النشر، بينما كانت المطابع الأخرى قد تخصّصت في الطباعة التجاريّة. وصار لبنان مركزاً لانتشار الثقافة الفرنسية، من خلال الكتاب المدرسي.

يؤسف هنا لنقص المعلومات حول الانتاج وحول تأسيس مطابع جديدة، ويُفترض أنّ الانتاج المدرسي كان سائداً في فترة ما بين الحربين. يعتبر **نصرالله** أنَّ النشر اللبناني قد أفاد طيلة الحرب العالمية الثانية من وقف استيراد الكتب المدرسيَّة، وأن المطابع في بيروت نشرت كتباً فرنسيّة وروّجتها في الشرق الأوسط وأفريقيا. وكانت المطابع بمعظمها لا تزال تحت إشراف الإرساليّات الغربية أو الكنائس المحليَّة. ومثال ذلك سنة ١٩٤٨، أنّ من أصل ثماني مطابع متخصّصة في نشر الكتب المدرسيَّة والمؤلفات المتعلقة بالدين أو باللغة العربيَّة، كان ثمة خمس مطابع تملكها الإرساليّات الغربية أو الاكليروس.

غير أنَّ الكتاب المدرسي هو الذي سيشجع تطور المنشأة الخاصة العلمانيّة، ففي الواقع، مع استقلال بلدان المنطقة، ومع قيام تعليم يريد أن يكون وطنياً، برزت الحاجة الى كتب مدرسية عربيَّة، منشورة محلياً. والتحقت المكتبات المدرسيّة بقطاع النشر، مثل مكتبة لبنان سنة ١٩٤٢، ودار الكتاب اللبناني سنة ١٩٥٢ ودار مكتبة الحياة سنة ١٩٥٣ كما تأسست دُور أخرى لأجل الإنتاج المدرسي وشبه المدرسي، مثل دار العلم للملايين سنة ١٩٤٤، والمكتبة العصريّة في صيدا سنة ١٩٤٨، ونشرت دار الكشّاف وحدها ٣٠٨ عناوين مدرسية، من أصل ٦١٨ عنواناً[١١]. إن السوق اللبنانية لا تستهلك منها إلاّ القليل، لأنّها تعتمد على استيراد الكتب المدرسية الفرنسيَّة. في المقابل، راح يتعاظم التصدير الى الأقطار العربية شيئاً فشيئاً، وصار مصدراً لمداخيل مرموقة: في بداية الستينات، كان بعض الدور يصدّر قرابة ٣٠٠٠٠٠ نسخة، نصفها من الكتب المدرسية[١٢].

وهكذا كان تصدير الكتاب المدرسي، بفضل ما يوّفر من أرباح، يشجّع تطور المنشأة الخاصة في النشر اللبناني. وتوصّل النشر الى استقلاله من الاكليروس والإرساليّات الأجنبيّة، لكنه أصبح الآن خاضعاً لتقلبات السوق العربيَّة.

خضوع المنشآت للتقلّبات السياسيَّة

حين صارت السوق العربية العامل الرئيس في نمو النشر اللبناني، راحت التغيّرات السياسية التي هزَّت المنطقة، تؤثّر في الإعلام المنشور في لبنان، وقد انعكست بادىء الأمر من خلال تأسيس دور نشر جديدة. فالدّار الأولى التي أعلنت اتجاهاً سياسياً يسارياً تعود الى العام ١٩٥٦، سنة تأميم قناة السويس بالذات. ففي ذلك العام، ظهرت الدور الأولى المتخصّصة في المنشورات الاجتماعية والسياسية، وبلغ عددها أربعاً، في أربعة أعوام. ومنذ ذلك التاريخ حتى نكسة ١٩٦٧، شهدنا صعود القوميَّة العربيّة في المنطقة. وفي لبنان، فتكاثرت دور النشر التي تساند الحركات السياسيّة القومية أو اليساريّة،

كـالناصريـة والبعثيَّة أو الاشـتراكيـة (خمس دور نشر من أصـل الـ ١٤ داراً التي جرى تأسيسها في تلك المرحلة).

أدَّت نكسة ١٩٦٧ الى تراجع مد القوميّة العربية، لصالح اليساريّة التي تندّد بالأنظمة العربية البورجوازية/ الصغيرة، المسؤولة عن الهزيمة. وصـارت بيروت عاصمة الحركات العـربيّة الـرافضة، ومـلاذاً للمناضلين وأيضـاً قاعـدة الإعلام السياسي العربي. ودور النشر لم تجـد فيها منـاخاً ثقـافياً متنـوّعاً ومؤاتيـاً لتفتحها وحسب، كـما أنها لم تجد فيهـا فقط تشكيلة كبرى من المؤلفـين في الاجتـماعيّـات السياسية أو الاقتصاد السياسي، المغتبطين لسنوح الفرصة للتنديد بالنظام الـذي نفاهم، بل وجدوا فيها أيضاً الرساميل لدعمهم وكسب تأييدهم لهذه القضية أو تلك. ومثـال ذلك أن دار نشر معينـة تمكنت، بعدمـا ضمنت أرباحهـا من نشر الأعـمال الكاملة لقـائد عـالمي، من المخاطـرة بمبلغٍ من المـال، زهيـدٍ في ذلـك الحـين، من أجل كـاتب مغمور وعمـل شعري طليعي أو لمـوضوع دراسـة غـير مؤكدة الرواج[١٣].

إن دور النشر ذات التوجّه الديني لم يزدد عددها حتى فـترة ١٩٧٢ ـ ١٩٧٤، حيث سجلت من جديد ظهوراً ظرفيّاً. إن ازدهار بلدان الخليـج التي تضاعفت قدرتها الشرائيّة ٤ مرّات، هو الذي شجّع الانتاج الـديني وأدب الأطفال الـذي وجد فيها سوقاً جديدة تماماً.

في خلال السبعينات ارتفع عدد دور النشر بصورة مفاجئة: فقد تأسست ٣٦ دار نشر ما بين ١٩٧٠ و ١٩٨٠. ففي العـام ١٩٧٩ وحده ـ وهـو العام الـذي كانت فيه بيروت الساحة المحصنة لمنظمة التحرير الفلسطينية ـ أنشئت عشر دور نشر، وهذا رقم يعادل وحده عدد الـدور المؤسسة طيلة العقـد السابق. وبـوجه خـاص، تكاثـرت الدور ذات الانتـاج الاجتـماعي والسيـاسي، مـا بـين ١٩٧٦ و١٩٧٩: جـرى إنشاء عشر دور متخصّصـة في العلوم الاجتماعيـة والسياسيـة، مقابل خمس دور فقط ذات تـوجّه ديني. وإن تـواريخ ظهـور هذه الأخـيرة ذات

دلالات كبيرة: داران بين ١٩٧٢ و ١٩٧٤، عندما ظهرت الثروة النفطيّة فجأة، و٣ دور بين ١٩٧٨ و١٩٧٩ في مرحلة الثورة الايرانيّة.

وتبدَّل الوضع سنة ١٩٨٢. فبيروت ما عادت ملتقى القوى السياسية العربية الرافضة، كما أنّها لم تعد تجتذب الرساميل العربيّة؛ وفضلاً عن ذلك، دخلت حياة البلد السياسيّة والثقافيّة فئاتٌ إجتماعية جديدة؛ وهذه أكّدت أهميّتها في مجرى الصراعات الداخليّة، وبعضها يحظى بتشجيع الثّورة الايرانية أو صعود التيارات السلفيّة في المنطقة. وتمّ إنشاء دور نشر ذات توجّه ديني (عددها ٤، مقابل دارين فقط للانتاج السياسي)، كما جرى نشر عدّة كتابات عقائدية معاصرة. وفي سنة ١٩٨٥، ظهرت أولى دور النشر المتخصصة في العلوم المطبَّقة، وهذه علامة يقظة جديدة تجاه التكنولوجيا.

هكذا، يمكن أن نلاحظ على امتداد التأريخ التأسيسي للمطابع ودور النشر، أنَّ الكتاب هو حقاً أداة الترويج الفكروي (الايديولوجي)، وأنّه بخاصة الوسيلة التعبيرية لدى القوى الصاعدة، في مواجهة النظام القائم. فالكتاب المطبوع بالعربية، ألم يكن منذ ولادته، وسيلةً لتقريب مسيحيي المشرق من الغرب، وبالتالي وسيلة إقلاق وتخويف للعثمانيّين؟[١٤] ثم، ألم يكن تأسيس المطابع الأميركية والكاثوليكية ثمرة صراعات النفوذ الغربي عن طريق نشر الكتاب المدرسي انطلاقاً من لبنان في كل المشرق والمغرب؟ وصعود الحركات الرافضة للوجود الغربي، ألم تهزّ الكتاب المُنتج في لبنان، فحوّلته من وسيلةٍ ترويجٍ للثقافة الغربية إلى أداةٍ انقلابيّة؟ وفي السبعينات، ألم يصبح الكتاب الناطقَ بلسان التطلعات السياسيّة الجديدة؟ سيبيّنُ ذلك إحصاءُ العناوين المنشورة.

٢ ـ التغيرات في الانتاج، علامة تطور لدى الجمهور القارىء

في الصفحات التالية، سنلاحظ حالة الانتاج كما ظهر سنة ١٩٠٠ في لوائح الأب شيخو، وسنة ١٩١٤ في لوائح الأب نصر الله، وسنة ١٩٧٧ في

الإحصاءات التي يقدّمها الدكتور زهير حَـطَب[١٥]، وسنة ١٩٨٦ من خـلال فرز قوائم المطبوعات التي قمنا بجمعها[١٦].

ستظهر المقارنةُ التغيّرات الكبرى في الجمهور الذي يخاطبه إنتاج الكتب، من الجمهـور اللبنـاني وبـالأخص المسيحي فقط، إلى المثقّفـين العـرب والجمهـور العـريض، ومن ضمنه النسـاءُ مؤخراً. لقـد طرأ التغـيّر، كما بيَّنـا آنفاً، خـلال الانتقال بوجهٍ خاص من سلطة النشر الإكليركي إلى المنشآت الخاصّة. وإن هذه المنشآت، في معرض بحثها عن أرباح أعظم، قامت بتكييف انتاجها مع طلبات السوق العربيَّـة، فأخضعت نفسهـا لتقلبات اهتـمامات القـرّاء العرب. وهكـذا انتقل تركيز الانتاج من ميدانٍ إلى آخر، وفقاً لاهتمامات الجمهور الذي تخاطبه.

إن حالة الكتب الدينية مثيـرةٌ ولافتةٌ بـوجه خـاص. كان الكتـاب في بدايـة تاريخه في لبنان، يتوجَّه للمسيحيين وحدهم. لقد لاحظ ڤولني خلال رحلتـه الى سورية أنه:

«بدلاً من نقل (أو تعـريب) كتبٍ ذات منفعة علميـة، كان من شـأنها إيقاظ حبّ الفنـون وتذوّقهـا لـدى جميـع العـرب بـلا تمييـز، لم يكن يُنقـل إلاّ الكتب الصوفيَّة، الخاصة بالمسيحيّين»[١٧].

حتى العـام ١٩٠٠، كانت أغلبيـة العنـاوين متعلّقـة بـالـدين (٥٢,٩٣٪)، وخصوصاً بالدين المسيحي في مجملها تقريباً (٩٨٪ من الفئة ٢٠٠).

وشيئاً فشيئاً، رحنا نشهد توزيعاً أفضـل للانتـاج حسب المواضيـع، فالكتب المصنّفـة في خـانـة الـدين لم تعـد تمثّـل سنـة ١٩١٤ سـوى ٢٤,٥٪ من مجمـل الانتـاج. وداخـل هـذه الفئـة، انخفضت قليـلاً الكتب التي تتعلّق بـالمسيحيـة (٧٤٪). والواقع أنَّ الاميركيينِ من ناحية واليسوعيين من ناحية ثانية قـاموا، في أثنـاء ذلك، بتـأهيل جيلين من المتعلّمـين، الذين قـدّموا قـرّاءً وكُتابـاً. وشمـل الانتاجُ الفكري واستهلاكه مختلفَ الطوائف، واستعملت الكتب لتلبية حـاجات القراءات المتنوعة. كان الأدبُ سنـة ١٩٠٠ يمثل ١٧,٩٦٪ من مجمـل الانتاج،

فارتفع الى ٣٢٪ سنة ١٩١٤ والتاريخ الذي لم يكن يمثّل سوى ٦,٦٪ من العناوين سنة ١٩٠٠ بلغ ١٨,٨٪ سنة ١٩١٤.

كانت فئة الكتب الدينية متدنية جداً سنة ١٩٧٧، ثم ارتفعت أهميتها مجدداً سنة ١٩٨٦ (٢٣,٢٪). ولئن عادت الاهتمامات مجدداً اليوم، مثلما كانت في بداية القرن، وبنسبة كبيرة، الى الكتب الدينيّة، فإن التبدّل قد وقع على مستوى جماعة القرّاء التي تخاطبها هذه الكتب: فمعظم المنشورات هي نُسَخٌ من القرآن وكتب في الفقه والعبادة الإسلاميّة، ولم تعد الكتب المتعلّقة بالمسيحية تمثّل سوى ١٣٪ من مجمل الفئة. ومن الصعب أن نجد عناوين دينية مقارنة، إذْ إنَّ كل طائفة تطور بمفردها منتوجاتها الفكريّة، دون احتكاك بالطوائف الأخرى. والى ذلك، هناك دور نشر خاصة بكل طائفة.

إن الاهتمام موزّع اليوم، بين الدين والعلوم الاجتماعية[18]. هذه الأخيرة كانت شبه معدومة سنة ١٩٠٠ (٢,٥٥٪) وسنة ١٩١٤ (٣,١٤٪). فبلغت ذروتها سنة ١٩٧٧ مع نسبة ٢٤,١٪ من مجمل الانتاج، الأمر الذي يؤكد، مع هبوط العناوين الدينيّة، الصورة التي قدّمناها سابقاً عن وضع النشر في خلال السبعينات، حين كانت أفكارُ الاشتراكية والقوميّة والعلمانيّة تسترعي انتباه المثقفين والناشرين. وبقيت العلوم الاجتماعية والسياسيّة ميداناً مهمّاً سنة ١٩٨٦ (١٥٪ من مجمل الكتب للراشدين). وقد اختلف مضمون الفئة (٣٠٠): ففي بداية القرن، كان الأمر يتعلّق بكتب متخصّصة، موجّهة للحقوقيّين والمربّين والتّجار، ومع وصول فئات أوسع من السكان إلى السلطة السياسيّة، ومع النضالات الاستقلاليّة وتأسيس أحزاب سياسيّة عربيّة، تتضمن هذه الفئة، حالياً عناوين ذات فائدة عامّة، فهي تتناول الاهتمامات المشتركة بين المثقّفين العرب: إن عناوين الاجتماعيّات (Sociologie) هي تعبير عن بحثٍ في مواجهة الغرب، عن هويّةٍ عربية، وذلك من خلال دراسات حول الثقافة والفكرويّة (الايديولوجيا) العربيّتين. وأما عناوين العلوم السياسيّة فهي سجالية بدلاً من أن تكون أكاديميَّة؛ إنها عبارة عن التزامات سياسيّة. وفي الاقتصاد السياسي،

تدخل الكتب التي تتناول الماركسيّة والإشتراكيّة. ويتعلّق قسم كبير من الفئة الفرعية/ إدارة وعلوم عسكرية/ بالصراع المسلّح مع إسرائيل والاستراتيجية العسكرية الواجب اتباعها. وبالاجمال، يمكن القول إن ٧٤٪ من الانتاج المصنَّف/ علوم اجتماعيّة/ يتعلّق بالمسائل السياسية في المنطقة، خصوصاً بالمسألة الفلسطينية والنزاع العربي/ الاسرائيلي، وتحليل الأنظمة العربية والمنظومات الاقتصادية القائمة، والبحث عن حلول مثاليّة. إن العناوين تعكس تماماً اهتمامات جيلٍ بكامله من المثقفين العرب.

إن كتب القانون تشمل «الشريعة». وهي كتب لا تخاطب المتخصّصين وحدهم، بل كل مسلم ورع، يريد تنظيم حياته وفقاً لتعاليم الدين؛ الأمر الذي يفسّر أهميّة عددها (١٢٪).

كما حصل تبدّل في الفلسفة أيضاً: ففي الماضي، كان نصف العناوين يتناول الأخلاق، وكانت هذه العناوين توضع لمساندة التعليم الديني. عمليّاً زالت العناوين الأخلاقية من قوائم المطبوعات الحاليّة، والكتب المصنّفة في الفلسفة تتناول الفكرويّة (الإيديولوجيا)، وهي عبارة عن دراسات في الفكر العربي، متممة للدراسات الاجتماعيّة. وعلم النفس الذي تأخر ظهوره، مثّل سنة ١٩٨٦، (٤٢,٥٪) من مجمل العناوين المصنّفة في الفلسفة.

أما الانتاج العلمي فقد كان ضعيفاً على الدوام: ٣,١٪ للعلوم المحض، و٣,٦٪ للعلوم المطبّقة، سنة ١٩٠٠. وكانت العناوين الـ ٤٩ (٣,٦٪) موزّعة على كتب الطب أو الأحرى كتب الطب المبسّطة، وعلى كتب خاصّة بالزراعة وتربية ديدان الحرير، الخ... وفي إحصاءات ١٩٧٧، بلغ معدل كتب العلوم نسبةً مدهشة (٨,٨٪). وبما أنَّ هناك عدداً كبيراً من كتب العلوم المحض/ أو الدقيقة (رياضيّات، فيزياء، كيمياء)، فمن الممكن الاعتقاد أن الأمر يتعلّق هنا بكتب مدرسيّة لم يجرِ فصلها في الإحصاء. أما اليوم، فمعدّلات الانتاج العلمي منخفضة جداً: ١٪ للعلوم الدقيقة و٣,٩٪ للعلوم المطبّقة، أي نحو ٥٪ من مجمل العناوين المنشورة للراشدين. زدْ على ذلك أنّه ينبغي التفريق بين الكتب

العلمية الأكاديمية وكتب الطب المبسطة وكتب الفن المنزلي وكتب الطبخ، التي تشكّل ثلاثة أرباع الفئة (٦٠٠)، والتي تخاطب الجمهور العريض، لا سيما النساء. والحقيقة أن النساء بدخولهن الحديث الى الثقافة، فتحن أمام الكتاب أسواقاً جديدةً وواعدةً.

ولا ريب أن الكتب النادرة المصنّفة في خانة «الفنون» والتي تكون في الغالب عبارة عن سير ممثلين أو مطربين، إنما تتوجه إليهنّ أيضاً. وهناك كتب أخرى تتعلّق بالرياضة وتخاطب الجمهور العريض. وإن هذا النّوع من الكتب الذي يقع في مجال الإعلام الجماهيري، إنما هو خاص بعصرنا.

الأدب يزداد: من ١٧,٩٦٪ سنة ١٩٠٠ إلى ٣٢٪ سنة ١٩١٤، وهو يمثل ربع الانتاج سنة ١٩٧٧، و ٢٩٪ سنة ١٩٨٦. وكان في بداية القرن يشمل فقط الأعمال الأصيلة والجديدة. وفي المنشورات الحاليّة، النصوص العربية المعاصرة متوافرة، وتمثّلُ نصف الكتب الأدبية تقريباً، وبوجهٍ خاص يجري نشر مؤلفات ذات قيمة أكيدة: كتب مؤلفين صاروا مأثورين مثل **طه حسين**، **ميخائيل نعيمة**، أو **عبّاس محمود العقّاد**؛ وكتب مؤلفين يحظون بنجاح كبير لدى الجمهور العريض، مثل **غادة السّمان** (الروائية)، أو **نزار قبّاني** (الشاعر)؛ وكذلك الأمر **محمود درويش** أو **سميح القاسم** اللذان لهما قراؤهما الأوفياء. وهناك دار واحدة تخاطر بنشر كتب مؤلفين شبّان.

كثيرةٌ هي كتب التعليقات والدراسات النّقدية التي لم تكن موجودةً في مطلع القرن (١٦,٩٣٪ من الفئة). وهي تُنشر لاستعمال المدارس والجامعات التي تمثّل جمهوراً مستقراً، لكنّها تحظى أيضاً باهتمام جمهور أوسع. كما أنّ إعادة طبع النصوص التراثية (١٤,١٧٪ من الفئة)، تمثّل استثماراً مضموناً. فهي تسترعي اهتمام عشّاق المكتبات والقارىء ذي الثقافة المتوسطة، الراغب في تكوين مكتبة كرمزٍ لوضعه الاجتماعي، فضلاً عن اهتمام الجامعات والمدارس.

أخيراً على صعيد التاريخ والجغرافيا، لا ريب أن كتب التاريخ هي المتفوّقة

منذ البداية. وتشمل هذه الفئة السير أيضاً، فهي بالتالي غير متجانسة نسبياً إذ إنّها تشمل حياة النّبي والأئمة مثلما تتضمن تاريخ حرب فيتنام. وتدخل في نطاقها جميع الكتب الموضوعة حول النزاع العربي/ الاسرائيلي. هذا وإن اختيار العناوين ذو دلالةٍ كبيرة على اتجاه الدّار السياسي والعام.

ويبدو أنَّ النشر لم يعد يخاطب المثّقفين وحدهم، وأنّه انفتح على الجمهور العريض: فإذا حسبنا على وجه التقريب حصة العناوين التي تخاطب الجمهور العريض[١٩]، صار عندنا ما مجموعة نحو ١١٠٠٠ عنوان، أي ٦٠٪ من مجمل العناوين للراشدين، وهي موجهة للجمهوز العريض الذي يُقصد به ذلك الذي يقرأ من أجل تسلياته وليس فقط من أجل دراساته. وهي موزَّعة كالتالي:

- دين	٤٠٠٠ (تقريباً)
- سياسة	١٠٠٠ (٣٨٪ من الفئة ٣٠٠٠)
- حياة يومية	٥٣٠ (٧٥٪ من الفئة ٦٠٠)
- فنون	٣٠٥
- أدب	٤٠٠٠ (تقريباً)
- تاريخ	١٢٠٠ (٥٠٪)
المجموع	**١١٠٣٥**

بهذه المنشورات، يأمل الناشر تحقيق أرباحٍ كبيرة، لكنّه يخاطر لأنّه لا يستطيع الإحاطة بجمهورها، خلافاً للنشر المتخصّص الذي له زبائن يمكن الاستدلال عليهم. وبالتالي، يسعى النّاشرُ إلى الحد من المخاطر، بنشر كتبٍ لاقت نجاحاً من قبل، وأجرت تجاربها في أقطار أخرى أو في أزمنةٍ أخرى. وعلى هذا النحو، يأتي نشر كتب مترجمة ونصوص تراثية لتلبية طلبات القرّاء، مع أقل مخاطرة ممكنة. لكنّها تدلّ أيضاً على الخيارات الأساسية التي يجريها المثقفون العرب بين الغرب والقدامى، بوصفهما مصادر لمعارفهم.

٣ ـ الإبداع، الترجمة والتراث

الترجمات:

يقوم التعليم الذي أدخلته الارساليّات الغربية الى لبنان، والتعليم الذي أنشأته سلطات الاستقلال المحلية، على تعليم اللغات الأجنبيَّة. وطالما أنّ سوقَ الكتاب محصور بالقرّاء اللبنانيينّ وحدهم، لم تكن ثمة حاجة إلى ترجمة المؤلفات الغربية. فالنشر في بداياته، ركّز جهوده على الانتاج العربي الأصيل، إذْ كان يمكن إشباع الحاجة الى المعارف الغربية، من خلال استيراد الكتب الأجنبيّة. ولكن عندما انفتح النشر اللبناني على السُّوق العربيَّة، استخدم اللبنانيّون تمكنّهم من اللغات الأجنبية في سبيل ترويج الترجمات في كل الأقطار العربيّة. فالترجمات التي لم تكن تشكّل سوى ٨٪ من مجمل الأدب سنة ١٩٠٠، وأقل من ٦٪ سنة ١٩١٤، صارت بالغة الأهمية على امتداد الخمسينات، عندما شهد النشر اللبناني ازدهاره في السّوق العربية. ففي الأعوام الممتدة من ١٩٥٧ إلى ١٩٦١، كان حجم الترجمات ٧٥٪ من مجمل الانتاج[٢٠]. لقد تُرجمت روايات كثيرة. وأنشئت منشورات عويدات سنة ١٩٥٧، وتخصّصت في ترجمة الأدب الفرنسي وسلسلة «زدني علماً» (Que sais-je?).

في تلك المرحلة، لم يكن لبنان يستهلك سوى ٢٠٪ من إنتاجه[٢١]، إذْ إنَّ القسم الرئيس كان مخصصاً للسوق العربية: في طليعتها يأتي العراق، ثم شمال أفريقيا، تليه سورية، الأردن وبلدان الخليج، أما مصر، التي كانت حتى ذلك الحين واحدةً من أهم أسواق الكتاب العربي، فصارت تنتج كثيراً وتستورد قليلاً. وفي معظم هذه الأقطار العربيّة، كان تطور الدراسات الجامعيَّة بالعربية، مؤاتياً للإنتاج الفكري، واللبنانيّون الذين يترجمون كثيراً، تركوا المؤلفين في الأقطار العربية الأخرى يتقدّمون عليهم في مجال الأعمال الأصيلة. فهم ما عادوا يمثّلون سوى ٤٠٪ من مجمل المؤلفين، وفقط ٢٥٪ لدى بعض الناشرين[٢٢]. إنهم ضحايا تعدّدهم اللغوي، الذي يدفعهم للترجمة في سبيل الآخرين، بدلاً

من الانتاج. وحيث إنّهم يملكون إمكان قراءة الانتاجات الأجنبيّة، لم يستشعروا ربما بحاجة إلى الإبداع الذّاتي، خلافاً للمثقفين في الأقطار العربيّة الأخرى حيث صارت الآحادية اللغوية السائدة في الجامعات، عاملاً مؤاتياً للإبداع الفكري.

ومنذ ذلك الحين، ومع شمول الدراسات الجامعية لفئاتٍ أوسع من المجتمعات العربية، تزايدت حاجات القراءة، ومعها تزايد أيضاً إمكانُ إشباعها محلياً. لذا، لم تعد الترجمات تمثّل اليوم سوى ١٥,٧٪ من مجمل الانتاج للراشدين. وهي أكثر أهميَّةً في أدب الأطفال، حيث الإبداع بالعربية لا يزال ضعيفاً جداً.

تأتي العناوين المترجمة لتلبي حاجة القراءة عندما لا يكفيها الانتاج المحلي، وبالتالي، تُرجمَ:

- ٣٤,٦٦٪ من العناوين في العلوم المطبّقة
- ٢٦,٧٣٪ من العناوين في الفلسفة
- نحو ٢٠٪ من العناوين في العمارة والفنون.

ان الحصة الكبيرة للكتاب الوظيفي والجامعي من الترجمات تدلّ على أنّ الجامعات لم تنتج بعد كفايةً من الكتّاب المتخصّصين في الميادين العلميّة، وأنّها لا تشجّع البحث والنشر. ولكن الترجمات هي أيضاً عبارة عن بحث سياسي وعن تطلعات إلى نماذج سياسيّة غربية (علمانية، ديمقراطية، اشتراكيّة...). لذا، فإنها تمثّل ٢٢,٩٪ من العناوين في العلوم الاجتماعيّة.

وتشكل الترجمات جانباً مهماً من الأدب (١٨,٨٪). ولا ينحصر الاهتمام بالأدب بالجامعات والمدارس. فالأدبُ بوجه خاص يلبي حاجات القراءة غير الوظيفيّة، وهذه حاجاتٌ من الصعب على الناشر حصرها. ومن جهة ثانية، تتدخل في نجاح أي عمل أدبي، متغيّرات الذوق والعادات التي تخرج عن رقابة الناشر. وبالتالي فإن التثمير في نشر أعمال مترجمة (سبق لها أن لاقت نجاحاً في لغات أخرى) يتضمّن خطراً أقل من نشر أعمال عربيّة معاصرة.

غير أننا نلاحظ، بالنسبة الى الستينات حين كانت الترجمات أكثر عدداً من الإنتاج الأصيل[٢٣]، تحسناً كبيراً في حصة الإبداع: فلم تعد تشكّل الترجمات سوى ١٢,٦٦٪ من مجمل المنشورات، وهي تقع في حدود المعدّل العالمي، بين ١٠ و١٩ بالمئة[٢٤]. فهل هذا يدلّ على أن الإبداع الأدبي الأصيل قد حظي بالتشجيع؟ أم أنَّ الأمر يتعلق بمعاودة إنتاج نصوص تعود إلى الموروث العربي؟

النصوص القديمة

صحيح أن معاودة انتاج نصوص قديمة قد كانت موجودة على الدوام، لكن أهميتها يمكن أن تتباين وفقاً للطلبات الدقيقة، المدرسيّة مثلاً، أو تعبيراً عن اهتمام عام بمؤلفات الماضي، وعن عودة إلى المصادر والأصول.

ونصادف هذه المؤلفات وإن بشكلٍ نادرٍ، في قوائم مطبوعات بداية القرن؛ وإذا كان صحيحاً أن استخدام تكنولوجيا مكتسبة حديثاً لترويج نصوص كانت مخطوطة حتى الآن هو تجديد بحد ذاته، إلّا أنه عندما تصبح حصة النصوص القديمة كبيرةً كما هي في الانتاج الحالي (١٢,٨٪)، وعندما يعاد انتاج النصوص ذاتها في وقت واحدٍ ولدى عدّة ناشرين، لا يعود الأمر متعلقاً بعمل تجديدي، بل باستغلال تجاري لأعمال لاقت نجاحاً. وسنبين لاحقاً أنها تمثل الإصدارات والمبيعات الأكثر رواجاً.

وحتى نبينّ التكرار في نشر نصوص التراث، اخترنا دور النشر ذات المعدلات الأهم والأكبر في نشر النصوص القديمة، وأجرينا مقارنة بين العناوين التي تنشرها. وما عدا نشر القرآن الكريم المشترك بين معظم دور النّشر، هناك ١١ عنواناً أصدرتها أكثر من ٤ دور نشر. وأكثر من ذلك، هناك ١١٧ عنواناً مشتركاً بين ٤ دور متخصصة في نشر الكتاب التراثي وهي تتوزّع كالتالي[٢٥]:

- ٥ عناوين أصدرتها ٤ دور في وقت واحد.
- ٢٤ عنواناً أصدرتها ٣ دور في وقت واحد.
- ٨٨ عنواناً أصدرتها داران في وقت واحد.

غير أنَّ نشر النصوص القديمة لا يقف عند معاودة انتاج العناوين الشهيرة فقط. بل يجري إصدار نصوص تراثية غير منشورة متنوعة المواضيع، لكنَّ العناوين التي تتعلّق بالدين (٤١ , ٤٤٪) من النصوص القديمة) والأدب (١٩ , ٢٧٪) هي الأكثر عدداً.

ولئن كان البحث المنظومي عن نصوص كهذه يشكّل مساهمةً في معرفة ماضينا، فإن نشرها بمجلدات فخمة، وغالباً في صورة لا تشجع على القراءة، يحولها إلى كتب/ تحف.

وإلى ذلك إذا أخذنا في عين الاعتبار أن حصة النصوص القديمة والترجمات مأخوذة من حصة الأعمال المعاصرة، فمن الممكن القول إن المعدلات المتوالية للأعمال العربية المعاصرة والنصوص القديمة والترجمات، هي مؤشر على الابداعيّة، وذلك بصرف النّظر عن القيمة الذاتية للنصوص المنشورة. رأينا أن النصوص القديمة كانت نادرة في بداية القرن وفي منتصفه، وأنَّ الترجمات لم تكن موجودة، وأن النشر إذ كان يخاطب اللبنانيين إنما كان يشجّع الانتاج الفكري. وبالمقابل، كانت الترجمات ما بين ١٩٥٧ و١٩٦٠، تمثّل ٧٥٪ من مجمل الانتاج. فكانت تفيد من معارف اللبنانيين باللغات الأجنبية، وتأتي لتلبي حاجات القراءة في السوق العربيّة الواسعة التي انفتحت أمام النشر اللبناني. وعندئذٍ ألم يكن الماضي قد أسقط، وكانت الأنظار قد انقلبت نحو الغرب الذي كنا نريد التحرّر منه، مع الاستيحاء من نماذجه السياسيّة؟

إن الانتاج المشار إليه في القوائم الحالية، يبدو أكثر توازناً. فثلثا مجمل المنشورات (نحو ٦٠ بالمئة) هما انتاج أصيل معاصر، والباقي موزّع على الترجمات: ٦ , ١٢٪؛ والنصوص التراثية. ٨ , ١٢٪. يبقى أن نعرف اتجاهات المستقبل: فهل الاتجاه هو إلى نشر نصوص تراثية على حساب الإبداع المعاصر؟ وهل الترجماتُ في تراجع بالمقارنة مع العقود السابقة؟

٤ ـ دراسة تطور الإنتاج، اتجاهات المستقبل

كانت المقارنة التاريخية السابقة تقوم على فرز لوائح وقوائم مطبوعات الناشرين، وهي ثمرة سنواتٍ طويلة من نشاط النشر. ولقد أظهرت للعيان التغيّرات الكبرى التي طرأت على انتاج الكتب، والتي أكسبته وجهه الحالي. ولكن، لاستخلاص آثار الماضي من اتجاهات المستقبل، لا مفرّ من متابعة الانتاج السنوي، من خلال البيبلوغرافيات الجارية، بوصفها العدّة الوحيدة الصالحة في دراسة تعاقبيّة. إن المعطيات التي بحوزتنا، من مصادر مختلفة، تشمل الستينات وحتى ١٩٧٢، ثم الثمانينات. ولكننا نأسفُ لانعدام المعلومات حول فترة ١٩٧٢ ـ ١٩٨٠، تلك الفترة الغنّية بالأحداث التي استطاعت أن تؤثر تأثيراً شديداً في النشر اللبناني، خصوصاً الحرب العربية/ الاسرائيلية سنة ١٩٧٣، والثورة الايرانية سنة ١٩٧٨، دون أن ننسى الأحداث المحلية عامي ١٩٧٥ و ١٩٧٦، ونتائجها على الصعيدين الثقافي/ الاجتماعي والسكّاني.

ودون رغبةٍ منّا في ملء الفراغات بتخطيطات مغلوطة، سنحاول أن نستعمل على أحسن وجه المعلومات المتوافرة لدينا حتى نستخلص منها خطاً تطورياً للانتاج الفكري العربي، منذ الستينات إلى أيامنا.

من المؤكد أنَّ نهاية الخمسينات وبداية الستينات شهدت انقلابات كبرى في الفكر العربي، وبالتالي في الإنتاج الفكري. فعندئذٍ، ظهر الاهتمام بالسياسة والاقتصاد، مع النضالات الاستقلاليّة وقيام أنظمة جديدة تصف نفسها «بالتقدميّة». ولقد تساءل المثقفون، وهم أنفسهم متحدّرون من البورجوازية الصغيرة التي وصلت الى الحكم، عن البنى السياسية والاقتصادية الواجب قيامها، وانتقدوا البنى القائمة. إن الإحساس بتأخرٍ عن الغرب، ونكسة ١٩٦٧ المنظورَ إليها كنكسةٍ سياسية، رفعا النقاش الى مستوى الفكر العربي، وظهر التأمل في الفكر الإسلامي وإمكانات تكيّفه مع المتطلبات المعاصرة، ودار النقاش حول المسافة بين الفكر الإسلامي وحاجات العالم الحديث.

«بعد ١٩٦٧ تزايدت حدّة النقاش بين المفكّرين الاجتماعيين. فتخصّصت مجلّات جديدة ودور نشر في إصدار كل ما من شأنه تغذية النقاش على الصعيد النظري أو من خلال تحليل حالاتٍ خاصّة. إنّ العرب، شيمة كل المراقبين، فوجئوا بالجانب الجوهري السياسي، وبالتالي بالجانب الاجتماعي لنكسة ١٩٦٧. وبعد ذلك دار السجال حول أسباب التأخر الفكرويّ (الايديولوجي) وكيفيّاته، بالنسبة الى الوضع الاجتماعي»[٢٦].

ولئن كان السجال اليوم أقل حدّة مما كان عليه في السبعينات، فإننا لا نزال نلمح آثاره في تقلبات النشر، الذي يميل تارةً إلى نشر كتب دينية، وتارةً إلى انتاج كتب في العلوم الاجتماعية، والذي يتجه اليوم أكثر فأكثر نحو إصدار كتب في العلوم والتكنولوجيا. كما نرى آثار ذلك السجال في تقلبات الانتاج بين ترجمة الفكر الغربي وإعادة طبع نصوص التراث.

الموضوعات

شهدنا بين ١٩٦٣ و١٩٧٠ اندفاعة الدراسات الاجتماعيّة والسياسية والاقتصادية، والكتب الدينية لم تتجاوز ١٦٪ إلّا أن خطها البياني شهد ارتفاعاً في أعوام ١٩٧٠، ١٩٧١ و١٩٧٢، أي في الفترة التي أكدت فيها أقطارُ الخليج قوّتها المالية، وحين تضاعفت أسعار النفط أربع مرّات. ثم يتصاعد هذا الخط البياني بقوة، انطلاقاً من العام ١٩٨١، بعد الثورة الايرانيّة ومع صعود الأصولية في الأقطار العربيّة، ثم مع نهاية الحضور اليساري العربي في لبنان سنة ١٩٨٢.

إن الخط البياني لكتب العلوم الانسانيّة والسياسية بلغ ذروته سنة ١٩٦٧، وارتفع في مطلع السبعينات، لكنّه انخفض ما بين ١٩٨١ و١٩٨٤، ليعود الى الصعود سنة ١٩٨٥. ولئن كانت حركة الخطين البيانيين الديني والسياسي متعاكسةً في خلال السبعينات، حين كانت السياسة تتجه نحو العلمانيّة، فقد صارت متوازيةً سنة ١٩٨٥، وليس من المدهش إن اعتقدنا أن يقظة الفكرويّة (الإيديولوجيا) الإسلامية هي يقظة سياسية في المقام الأول[٢٧].

في المقابل، كان الأدب في أدنى مستوياته، إذ أخذ يهبط اعتباراً من ١٩٨٢، كما لو أنّ كل اهتمام القرّاء كان موزّعاً بين الدين والسياسة، دون أن يترك مجالاً لأية قراءة «مجانية».

ولنلحظ حركة الخط البياني للعلوم المطبّقة، المعاكسة لحركة الأدب، والتي شهدت صعوداً قوياً منذ ١٩٨٢.

الأنواع

حسب أقوال الناشرين والموزّعين، يُفترض تزايدٌ في معدّل كتب التراث. إن البيبلوغرافيّات الجارية يمكنها وحدها إثبات ذلك، على الرغم من بعدها كل البعد عن الشمول. فبالنسبة الى النصوص التراثية هناك نقص ملحوظ جداً في معلومات النادي الثقافي العربي البيبلوغرافية، لأنها تفتقر إلى كامل إنتاج المطابع التي تكتفي بإعادة طبع نصوص مأثورة كما هي؛ وإلى ذلك، ربما يختار ناشرٌ ما، الإعلان من مجمل انتاجه، عن الكتب الجديدة بدلاً من الإعلان عن النصوص التراثية التي باتت معروفة والتي تتمتع بسوق مضمونة أكثر من سوق سواها. ولئن لاحظنا، على الرغم من كل هذه التحفّظات، تزايداً لمعدّل النصوص التراثية في البيبلوغرافيات، فإن هذا سيكون بالتأكيد كاشفاً عن اتجاه في الانتاج الحالي[٢٨]. ففي الواقع، يسجّل معدّل النصوص الثابتة ارتفاعاً شديداً، إذ ارتفع من ١,٧٪ سنة ١٩٧٢ إلى ٦,٣٪ سنة ١٩٨٠. متى بدأت هذه الحركة الصاعدة؟ يمكن فقط الافتراض أنّها بدأت نحو ١٩٧٣ ـ ١٩٧٤، مع التزايد القوي لقدرة أقطار الخليج الشرائيّة (سنرى لاحقاً أهمية هذه السوق بالنسبة إلى نشر النصوص التراثية). لقد صار إصدارُ نصوص التراث مألوفاً أكثر فأكثر، إلى أن بلغ ١٢,٦ بالمئة سنة ١٩٨٥.

كما يُلاحظ اعتباراً من ١٩٨٠ توزيعاً أفضل للنصوص التراثية على مختلف الموضوعات. فنشر النصوص التراثية لا يزال يُركّز على الدين والأدب، ولكن يجري أيضاً نشر نصوص فلسفية تراثية والموسوعات القديمة، وحتى نصوص

علمية، في الطب القديم، الخ. ... وارتفعت حصة النصوص التراثية من الفلسفة والدين والتاريخ اعتباراً من ١٩٨٣، لكنها انخفضت على صعيد الأدب.

وهنا لا بد من التبين فيما اذا كانت الكتب التأمليّة المعاصرة ليست فيها الكفاية، بحيث يتعيّن إجراء بحث في المخطوطات القديمة عن مادة نشرٍ وظيفي؟ أم أنَّ طلب القراء/ المشترين لنصوص قديمة هو الذي يفرض مثل هذا الاتجاه؟ ولذلك فمن الممكن أن يكون للمقارنة مع معدّل الترجمات دلالة ذات معنى، إذ لو كان الأمر يتعلّق فقط بملء فراغ في الكتب الوظيفية، تلبيةً لحاجات القرّاء، لكان بالإمكان التقليل من المخاطر، بنقل أعمال مؤلفين أجانب إلى العربيّة.

إن الترجمات في حالة هبوط، إذ إنها انتقلت من ٣١٪ سنة ١٩٦٤ إلى ١٢,٥٪ سنة ١٩٨٦. لقد بدأ هذا الانخفاض منذ ١٩٧١ وكانت الترجمات مركزة على الأدب في الستينات (٤٥٪)، ثم على العلوم الإنسانية والسياسية، انطلاقاً من ١٩٧٠ مع معدّلات تتجاوز الـ ٥٠٪. ونلاحظ سنة ١٩٨٥ اهتماماً بالترجمات العلميّة (٢٠٪). وبوجه خاص، لكتب المعلوماتيّة: فلا يوجد بعد إنتاج أصيلٌ كافٍ في هذا المجال، لتلبية طلبات القرّاء الذين يتأكد اهتمامهم بالعلوم. وبالعكس، فقد تحسّنت حصة الكتب الأصيلة في ميادين الفلسفة والدين والعلوم الإنسانية التطبيقية. وباختصار، يمكنُ التأكيد على أنَّ الكتب التأمليّة والتفكريّة هي الأقل ترجمةً في الغالب، ما عدا كتب المعلوماتية التي لا تزال اختصاصاً حديث العهد.

معدّل الترجمات في هبوط منتظم على صعيد الأدب أيضاً. وبالتالي يبدو أنَّ الكتاب الأدبيّين وكذلك المؤلفين في العلوم الإنسانية متوافرون بشكل كافٍ. فقد تحسّن الإبداع الأصيل، على حساب الترجمات؛ لكنّ الطلب يبدو متجهاً نحو كتب التراث، بحثاً عن هويّة عربيّة. ولا يمكن لطلب كهذا إلّا أن يحظى بتشجيع الناشرين الذين يجدون فيه مصدر أرباحهم الأكثر ضماناً.

خلاصة

إننا إذ نتتبع تطور النشر اللبناني، إنما نشهد تحوّلات المجتمع العربي الذي يخاطبه النشر ويتوجه إليه.

فالواقع أنَّ النشر اللبناني، بعدما بدأ مع الارساليّات المسيحيّة، راح يتعاظم بفضل الكتاب المدرسي المروَّج في العالم العربي. لكنَّ اللبناني تخلى في الوقت نفسه عن الإبداع، ليتعاطى الترجمة والانتاج المدرسي. وعلى هذا النحو، وجد النشرُ نفسه، مع انفتاحه على العالم العربي، قد تحوَّل إلى صناعة تحويل وترويج للثقافة التي ينتجها المؤلفون العرب، وفي سبيل القرّاء العرب. وبذلك صار النشر معرَّضاً لتقلبات الاهتمام العربي والحاجات العربيّة.

إن تبدّلات الانتاج وتقلباته تبينّ أنّ:

- مجموعة القرّاء المحتملين قد اتسعت، من نطاق الجامعيين أو المتخصصين وحدهم، إلى الجمهور المتعلّم بوجهٍ عام؛ ومن بعض الطوائف اللبنانية إلى العرب كافّة.
- اهتمام القرّاء قد توسع أيضاً: فالانتاج الفكري الذي كان مركّزاً في البداية على الدين والأدب والنّحو العربي، اكتشف العلوم الإنسانية، ففي الأدب، جرى الانعطافُ بعد العصر الذهبي للإبداع الأدبي، نحو الترجمات، ثم نحو النصوص المأثورة وشروحاتها.
- العناوين تعبّر عن اهتمامات المفكّرين العرب وعن الخيارات الأساسية التي ينتمون اليها: إنها اهتمامات سياسية بوجهٍ خاص، يبحثون عن حلّها أولاً في النماذج المستوحاة من الغرب، ثم في الرجوع إلى المصادر الإسلاميّة والتقليدية.
- نسبة النصوص العربية المعاصرة إلى الترجمات والنصوص التراثية، هي مؤشر على الإبداعية العربية. فقد أتاح نمو الدراسات الجامعية المجال أمام خفض عدد الترجمات، ولم يعد ثمة نقصٌ في المؤلفين لتلبية طلبات القراءة؛ لكنَّ

الناشرين، إذ يفضّلون عدم المخاطرة في نشر أعمال عربية جديدة، إنما يؤثرون النصوص التي أثبتت نجاحها في الماضي.

- لكنَّ نشر نصوص التراث هو تعبير عن طلبات المشترين العرب أيضاً: والطلبُ كبيرٌ لدرجة أنّه يجري نشر مخطوطات للمرَّة الأولى في كل ميادين المعرفة، حتى في ميدان العلوم: تشكل النصوص القديمة ٢٧, ١٠٪ من مجمل كتب العلوم الدقيقة.

إن الحصة المخصصة لمختلف الموضوعات تدلّ على حالة النمو الفكري في المجتمع العربي. ومثال ذلك، إذا كانت العلوم البحتة (الرياضيات، الفيزياء، الكيمياء، الخ..) ميادين متخصصة جداً، وذات معدّل ضعيف نسبياً في كل أرجاء العالم، فإن معدّلها هذا سيتباين بهذا القدر أو ذاك من مجتمع الى آخر، وفقاً لحالة الدراسات الجامعيّة. أما العلوم التطبيقية، فهي تدل على حالة النمو الاقتصادي في المجتمع. وأن مجتمعاً، كاليابان مثلاً، في حالة نمو صناعي واقتصادي واسع، ينتج كثيراً من عناوين العلوم التطبيقية. كما أنَّ بلدان الكتلة الاشتراكية تصبّ كل جهودها على التطور الصناعي، وهذا ينعكس في معدّلات العناوين العلميّة المنشورة[٢٩]. والمقارنة العالمية ذات دلالة أيضاً على صعيد الفنون والأدب، فإذا كان الاهتمام بالفنون يتراوح كثيراً بين مجتمع وآخر، وفقاً للطابع الحضاري الخاص (انظر مثلاً معدل كتب الفن في اليابان)، فإن الأدب في المقابل أكثر ارتباطاً مباشراً بمستوى المجتمع اقتصادياً. ويرى **اسكاربيت**[٣٠] أنّ البلدان السائرة على طريق التنمية الاقتصادية، ذات انتاج أدبي ضعيف، وكذلك حال بلدان الكتلة الاشتراكية: فانتاج بلدان أوروبا الغربية الأدبي يزيد عن ٢٠٪، بينما يقل عن ٢٠٪ الانتاج الأدبي في بلدان الكتلة الاشتراكية[٣١].

إن النّشر اللبناني، المهمّ نسبيّاً على صعيد الأدب، والمقلّ على صعيد العلوم والفنون، يكثرُ من إعادات إنتاج النصوص التراثية. إنه عنصر محدِّد للقراءة العربية، نظراً لأهميّته في السوق العربية.

الفصل الثاني

بيئة النشر

«قارن خبيرٌ أميركي مشهور صناعةَ الكتاب في أي بلدٍ من البلدان، أكان نامياً أم في طريق التنمية، بمحوّلٍ صغيرٍ قادرٍ على تسيير وتوجيه آلة ضخمة أو شبكة كهربائيّة توزّع الطاقة حتى على المناطق النائية جداً»[1].

إن هذه الصورة، تعبّر عن تفاوت بين حجم منشآت النشر الصغير بشكلٍ عام وأهمية صناعة الكتاب بالنسبة إلى إنماءِ أمّة من الأمم. ونضيف أنَّ قدرةَ منشأةٍ ما ليسَ متناسباً طرداً مع حجم انتاجها أو اتساع انتشارها. فالنشر لم يتبع تمركز الاقتصاد بين أيدي الرأسمال المالي الكبير المغفل، إلّا متأخراً. فغالباً ما كانت منشآت النشر حتى وقت قريب ضئيلة الحجم، وتحمل الطابع الشخصي للناشر ذاته، لأصله وانتمائه الاجتماعي وذوقه ونزعاته السياسية. وهذا حال فرنسا مثلاً، حيث كانت دور النشر حتى وقت قريب، من صنع أشخاص من أبناء العائلات البورجوازية الكبرى، التي طبعت النشر الفرنسي بطابعها. وهذا بالأحرى هو حال بلد مثل لبنان، حيث معظم منشآت النشر ذات أحجام صغيرة، وترتبط ارتباطاً وثيقاً بالناشر الذي يتولى شتى المهام المتعلقة بصناعة الكتب وترويجها. ويمكن بالتالي افتراض علاقة بين السّمات الخاصة للناشر، مثل انتمائه الاجتماعي، أصله. . .، والإنتاج المنشور، خلافاً للمنشآت الكبرى حيث حلّت سلطة الرأسمال المالي محل شخصيّة الناشر.

١ ـ حجم المنشأة:

إنّ المعدل الوسطي في لبنان هو ١٢ مستخدماً في كل دار نشر، وأكثر من ٦٣٪ من دور النشر تقع تحت المعدل هذا؛ وبالتالي فإن المنشأة الكبيرة غير رائجة إلاّ قليلاً في النشر اللبناني. وهناك بعض دور النشر التي تمتاز بعدد مستخدميها، ما بين ٣٠ و٦٠ شخصاً؛ لكنهم بوجه عام يقومون بمهات رديفة، غير مهات النشر ذاته، مثل البحث عن مخطوطات قديمة وتحقيقها، أو أيضاً أعمال المكتبة والطباعة.

فدارُ النشر التي أسسها، أحياناً، والد الناشر الحالي (١١,١٪ من الحالات) أو الناشر ذاته (٨٦,١٪)، تظلّ بين أيدي العائلة: فلم نصادف سوى حالتين جرى خلالهما ابتياع المنشأة من شخص آخر. وغالباً ما تكون دار النشر ملكية فرديّة (٤١,٧٪ من المنشآت) أو شركة محدودة المسؤولية (٢٢,٢٪) تضم أفراد أسرة واحدة؛ وهناك فقط ١٢,٥٪ شركات مغفلة. ويدير المنشأة إما المالك، وإما أحد الشركاء (٥٩٪ من الحالات) في حال الشراكة التي لا تضم عموماً أكثر من شريكين أو ثلاثة شركاء. والنشاط النّشري غير متخصّص: ففي ١٢٪ من الحالات تقريباً، يتولاّه أفراد العائلة الذين لا يملكون مهاراتٍ خاصّة للقيام بهذه المهام على أفضل وجه.

كما أننا لا نجد تمايزاً بين شتى وظائف إنتاج الكتب: إذ يمكن لدور النشر أن تجمع بين وظائف الطباعة ووظائف الترويج والانتشار. وهناك أكثر من ٥٠٪ من دور النشر، تضيف إلى تسميتها عبارة «للطبع والنشر والتوزيع». والناشرون من ذوي المطامح الفكرية، يفضّلون صيغة: «للإبداع والترجمة والبحث». بعض المنشآت تطوّر انطلاقاً من مطبعة (١١,١٪) أو من مكتبة (١٢,٥٪). حتى أنَّ الناشر ذاته كان في الماضي طبَّاعاً (٤,٢٪) أو مكتبياً (٨,٣٪)، ثم تحوَّل إلى النشر. حالياً، يمكن أن نلاحظ أنَّ عدداً من دور النشر يرتبط بمطبعةٍ ما بروابط وثيقة، روابط امتلاك في كثير من الحالات (١٨٪) أو روابط غير مؤسسية (٢٦,٤٪). ويتولى ثلثا الناشرين توزيع منشوراتهم (٦٦,٧٪ يوزّعون

في لبنان و٧٣,٦٪ في الأقطار العربية)، وغالباً ما يتولون توزيع منشورات سواهم أيضاً (٤٨,٩٪). إن الجمع بين وظائف النشر والتوزيع يكفل للناشر أرباحاً أكبر، ذلك أنّ الموزّع يحتفظ بنسبة ٦٠٪ من سعر المبيع.

لاحظنا، أخيراً، في سياق الاستطلاع الميداني أن المكاتب متواضعة عموماً، فهي شقق سكنية أو مستودعات. وأحياناً تكون ملتصقة بمنزل الناشر (١٥٪ من الحالات). وحدها المستودعات تستلزم مساحات كبيرة.

وفي دراسة لخصائص منشآت النشر العربية، لاحظ الدكتور زهير حطب[٢] أنّ المنشآت العامة متراتبة، والنشاطات فيها متمايزة، والعمل مقسم بدقة؛ أما المنشآت الخاصة فتتميّز برأسمال صغير جداً، الأمر الذي ينعكس على تنظيم العمل: ليس هناك تخصّص في المهام؛ إذْ إنَّ المنشآت تجمع بين عدّة وظائف. من هنا يمكن القول إنَّ النشر اللبناني لا يتميّز عموماً عن النشر العربي الخاص: فالنشاط النّشري غير متمايز ولا متخصّص؛ والمنشآت صغيرة، فردية أو عائليّة؛ وسنرى أن بإمكانها الجمع بين عدّة وظائف لأن حجم إنتاجها صغير.

٢ ـ حجم الإنتاج

إن العدد الإجمالي للعناوين المنشورة هو مؤشر على أهمية المنشأة في السوق. وبمقارنته مع تاريخ تأسيس المنشأة، يمكن الحكم على فعاليتها. ولكن لا بد أيضاً من أن تؤخذ الإعاداتُ في الاعتبار، نظراً لأن بعض الدور تتسم بانتاج كبير من حيث عدد النسخ، مع عددٍ محدودٍ من العناوين. وفي المقابل، هناك دور أخرى ذات انتاج متنوّع جداً، يتجدّد بوتيرةٍ سريعة، مع إصدارات قليلة. وبالتالي، أمامنا فئتان متمايزتان تماماً من الناشرين، فئة أولى تبحث عن الجمهور الأوسع، وفئة ثانية تخاطب جمهوراً من المثقفين والجامعيين.

العدد الاجمالي للعناوين المنشورة

لو اعتبرنا العنوان[٣] كوحدة انتاجية، لاستطعنا أن نضع لائحة للناشرين

حسب العدد المتزايد لحجم انتاجهم. في حوزتنا مصدران: قوائم المطبوعات من جهة، وأجوبة الاستمارة من جهة ثانية، وإننا نملك من القوائم أكثر مما نملك من أجوبةٍ عن الاستمارة، وعليه فقد قرّرنا أن نعتبر أولاً مجموع العناوين الواردة في قائمة المطبوعات كمعيار تراتب. ولكن هناك حالات لا تكون فيها قائمة المطبوعات سوى لائحة عناوين جديدة. إن المعلومات الواردة في الاستمارة يمكنها معالجة هذا الأمر؛ غير أنَّ الناشر ينزع إلى تضخيم أرقام انتاجه. والمقارنة ستظهر الفوارق المهمة بين مصدري معلوماتنا. وبالتالي، سنجري تصنيفين مختلفين للناشرين وفقاً لحجم انتاجهم.

إن رصد الرسم البياني للتواترات، الموضوع على أساس الانتاج المذكور في قوائم المطبوعات، يعطي التصنيف التالي:

الفئة	الانتاج	العدد	التواتر النسبي
فئة I	أقل من ١٠١ عنوان	٤٢	٠,٤٣٠٠
فئة II	من ١٠١ الى ٣٠٠	٢٩	٠,٣٠٢٠
فئة III	من ٣٠١ إلى ٥٠٠	١٠	٠,١٠٤١
فئة IV	من ٥٠١ الى ٧٠٠	١١	٠,١١٤٥
فئة V	أكثر من ٧٠٠	٤	٠,٠٤١٦
—	—	٩٦	٠,٩٩٢٢

إن الحجم المتوسط للمنشورات هو ٢٤١,٢١ عنواناً. ولكننا نلاحظ أن العدد الأعلى هو عدد المنشآت الصغيرة التي لا يتجاوز انتاجها المئة عنوان (٤٣٪). وحين نرصد المعدل الوسطي على خط التواترات المتراكمة النسبية، نجد أن نحو ٦٤٪ من دور النشر هي دون المعدل الوسطي. ويكون الفارق كبيراً بين مختلف دور النشر: ومثال ذلك الانحراف المعياري ٢٥٢,٧٢ هو أعلى من المعدل الوسطي، ونجد فوق الخط نفسه أن ٢٠٪ من الدور تتجاوز مجموع «المعدل الوسطي + الانحراف».

وعلى سبيل المقارنة، نلاحظ الرسم البياني للتواترات، الموضوع استناداً الى جواب السؤال ١٠؛ فيبيّن بالنسبة الى الفئات ذاتها:

الفئة	الانتاج	العدد	التواتر النسبي
فئة I	أقل من ١٠١ عنوان	٢١	٠,٣١٨
فئة II	من ١٠١ الى ٣٠٠	١٧	٠,٢٥٧
فئة III	من ٣٠١ إلى ٥٠٠	٠٩	٠,١٣٦
فئة IV	من ٥٠١ الى ٧٠٠	٠٦	٠,٠٩٠
فئة V	أكثر من ٧٠٠	١٣	٠,١٩٦
		٦٦	٠,٩٩٧

هنا يقع المعدل الوسطي عند ٤٩٣,٧١، أي أكثر من ضعف السلسلة السابقة، مما يؤكد ميل الناشرين إلى المبالغة في أرقام انتاجهم. ولئن توجّب علينا أن نحتاط لعدم وضوح الأجوبة ودقّتها، فلا مناص لنا من توزيع دور النشر على فئات أوسع، سيطابق الناشر أجوبته في حدودها، حتى يحافظ على تماثلها.

الفئات	الانتاج	العدد	التواتر النسبي
فئة I	أقل من ٢٠١ عنوان	٣٢	٠,٤٨٤
فئة II	من ٢٠١ الى ٥٠٠	١٥	٠,٢٢٧
فئة III	من ٥٠١ إلى ٨٠٠	٠٩	٠,١٣٦
فئة IV	اكثر من ٨٠٠	١٠	٠,١٥١
		٦٦	٠,٩٩٨

إن أهميّة أعداد الفئة IV تجد تبريرها في أقدميّـة دور النّشر. فما عـدا دارين، جرى منذ أكثر من ٢٠ سنة تـأسيس الدور التي تعلن عن نشر ٨٠٠ عنـوان وما فوق. ولا يذكر الناشرون في قوائم مطبوعاتهم العناوين النافذة المنشورة منذ أكثر من ١٥ سنة. لقد أُتيح لهذه الدور الوقت لتكديس مجموع إنتـاجي مهم، يصل عند بعضها إلى عدد يتراوح بـين ٢٠٠٠ و٢٥٠٠ عنوان. وللحكم عـلى فعاليـة دار نشر، وأهمية نشاطها، لا بد إذن من النظر في المعدَّل السنوي لانتاجها.

المعدل السنوي

كـانت الاستـمارة تتضمّن سؤالاً يتعلق بـالمعـدل السنـوي لانتـاج العنـاوين الجديدة.

إن المعدّل العام هو ١٧,٧٨ عنواناً سنوياً، أي أقل من ٢٠ عنواناً جـديداً، سنوياً ولكل ناشر. ويمكن تصنيف الناشرين حسب معدّلهم الانتـاجي الخاص، على النحو التالي:

الفئات	المعدّل السنوي	العدد	التواتر النسبي	التواتر النسبي المتراكم
فئة I	حتى ١٠ عناوين	٢٥	٠,٤٣٨	٠,٤٣٨
فئة II	من ١١ الى ٢٠	١٤	٠,٢٤٥	٠,٦٨٣
فئة III	من ٢١ إلى ٣٠	١٠	٠,١٧٥	٠,٨٥٨
فئة IV	من ٣١ إلى ٤٠	٠	٠	٠
فئة V	من ٤١ الى ٥٠	٦	٠,١٠٥	٠,٩٦٣
فئة VI	أكثر من ٥٠ عنواناً	٢	٠,٠٣٥	٠,٩٩٨
—	—	٥٧	٠,٩٩٨	—

وحين نعاين المعدّل على خط التواترات المتراكمة، نلاحظ أنَّ معظم الناشرين هم دون المعدل (٦٣٪). ولا بد من الاعتبار أنَّ الاستطلاع الميـداني قد أُجـري

في أسوأ فترات الأزمة الاقتصادية والنقدية، عندما كان الناشرون، على الرغم من انعطافهم نحو الأسواق العربيّة، لا يزالون يحسبون موازنتهم بالعملة اللبنانية. ففي فترة الاستطلاع، كان نصف الناشرين تقريباً (٤٥,٨٪)، يتذمّرون من الإنكماش. إن الفارق كبير بين مختلف فئات الناشرين: والانحراف المعياري هو ١٥,٤٤؛ وهو قريبٌ من المعدَّل ذاته. أما فئة الناشرين المنتجين جداً (أكثر من ٤٠ عنواناً سنوياً) فلا تمثّل سوى ١٤٪ من مجموع الناشرين، وتتميّز عن المعدَّل بفارق يتراوح بين المثل والضعف: المعدل + ضعف الانحراف المعياري = ٦٧ و٤٨ عنواناً؛ وهي هنا دون الحد الأدنى للفئة VI. وعلى هذا النحو، يمكن الاستنتاج أنَّ هناك بين الناشرين فئتين متمايزتين تماماً؛ الفئة الأهمَّ من حيث العدد لا تجدّد منشوراتها كثيراً؛ والفئة التي تبحث عن الجديد، لها أعداد محدودة جداً.

الإعادات

لا يكفي عدد العناوين وحده للدلالة على أهمية منشأة نشر. فيمكن لبعض الدور أن لا تكثر في تنويع إنتاجها، إنما تباشر بعدّة اعادات طبع باصدارات كبيرة. وعندئذ يتعين حساب الانتاج بعدد النسخ، غير أن الاصدارات تتراوح بين ٢٠٠٠ و١٠٠ ألف نسخة، عند الناشر الواحد، وفقاً للكتاب المنشور. وفي المقابل بالإمكان أخذ عدد الإعادات في الاعتبار.

رداً على السؤال:

ما نسبة العناوين التي طبعت أكثر من مرتين؟

حصلنا على الإجابات التالية:

١ ـ لا عناوين مطبوعة أكثر من مرّتين .... ٨,٣٪

٢ ـ أقل من ٢٠٪ من عناويننا .... ١١,١٪

٣ ـ بين ٢٠٪ و٤٠٪ .... ٢٧,٨٪

٤ ـ بين ٤٠٪ و٦٠٪ .... ٢٣,٦٪

٥ ـ أكثر من ٦٠٪ .... ٢٥٪
٦ ـ لا جواب .... ٢,٤٪

من ملاحظة أن ٨,٣٪ من الناشرين فقط لم يطبعوا عناوين أكثر من مرّتين، يمكن التساؤل في ما إذا كان الاتجاه العام هو الى الإعادات بدلاً من نشر العناوين الجديدة. إنّ المعدّل العام مرتفع، ويسي عند نسبة ٤٣٪ من الإعادات. إن نصف الناشرين تقريباً لديهم نسب إعادات طبع أعلى من المعدّل. وعندئذٍ يمكن القول إن دور النشر اللبنانية قليلة التنوع أو التنويع في منشوراتها، مع حجم إنتاجي لكل منها دون الـ ٥٠٠ عنوان، ومعدّل تجديد دون العشرين عنواناً سنوياً. وبالتالي، لا تستطيع المنشآت الصغيرة ذات الانتاج المحدود، أن تسمح لنفسها بكثير من العناوين الجديدة، لأنها لا تستطيع أن توزّع المخاطرة المتكبَّدة على عدد كبير من العمليات. إذن، تشكّل الإعاداتُ الجانب الرئيس من منتوجاتها، وتوفّر لها الأرباح الأكثر متانة. وهذا الأمر غير مشجع بالنسبة الى مستقبلنا الفكري، اللهم إلاّ اذا وجدت فئة ناشرين تخرج عن هذه القاعدة، وتخاطر في نشر عناوين جديدة، بدلاً من تكرار النجاحات ذاتها.

للاستدلال على ذلك، نقارن نسب إعادات الطبع بحجم الانتاج لدى كل ناشر. ويظهرُ التشابكُ من جهة فئة الناشرين الذين إنتاجهم الإجمالي دون المعدَّل (أقل من ٥٠٠ عنوان) ونسبة إعاداتهم أعلى من المعدّل (أكثر من ٤٠٪ من الإعادات). وهذه الفئة هي الأهم (٢٩,٦٪). ولكنَّ التشابك يظهر من جهة ثانية عدداً معيناً من الناشرين (١١,٢٪) لديه إجمالاً، أكثر من ٥٠٠ عنوان، وأقل من ٤٠٪ من الإعادات. إذن، هناك حقاً فئة ناشرين تبحث عن التنوّع في منشوراتها، ويعتبر وجودها مشجعاً على الرغم من كونها فئة قليلة، فمن هم هؤلاء الناشرون؟ وهل هم ناشرون شبّان ناشطون؟

على العكس تماماً، إذْ إن الناشرين القدامى يعاودون الطبع بنسبة أقل من الناشرين الجدد: فمن بين الـ ١١,٢٪ من الناشرين الذين يتجدَّد إنتاجهم،

هناك دار نشر وحيدة جرى تأسيسها بعد ١٩٦٠. إذ يبدو أنَّ الناشرين الجدد يفضّلون الإعادات. وللتثبّت من ذلك، قارنا نسبة الإعادات بسنة التأسيس. فلم نلحظ أنّ نسب الإعادات ترتفع مع سنوات الأقدميّة، إذْ إنَّ لدور النشر الجديدة المعدلات ذاتها التي نجدها لدى سابقاتها.

إن الناشرين الناشطين لا يتميّزون بشبابهم، وربّما يتحدَّدون بميادين نشرهم؟ يدلُّ الرَّصد على علاقةٍ بين نسبة الإعادات ونسبة الكتب الدينية وكتب الأطفال والنصوص التراثية. وفي المقابل، لا تشهد دور النشر التي تفضل نشر كتب في العلوم الاجتماعية والتاريخ أو الفلسفة، نسب إعادات الطبع ذاتها.

وبالتالي يمكن التفريق بين فئتين من الناشرين: بعضهم يتّجه الى موضوعات جامعية تتطلب تجدُّداً؛ وبعضهم الآخر يفضّل الإعادات، في مجالات تطول إلى الجمهور العريض. إن قراءة العناوين الصادرة عن دور النشر التي تكوّن الفئتين الظاهرتين على طرفي نقيض في الجدول السابق، تؤكد النتائج السابقة: فالدور التي تملك اكثر من ٥٠٠ عنوان وأقل من ٤٠٪ من الإعادات، تنشر جميعها موضوعات ذات اهتمام جامعي. وبالعكس، إن الفئة التي تملك أقل من ٥٠٠ عنوان وأكثر من ٤٠٪ من الإعادات، تفضّل النصوص الدينية والأدبية المأثورة، وكتب الأطفال.

التخصصات حسب المواضيع والأنواع

لاحظنا أن الناشرين اللبنانيين يفضّلون عدم الانحصار في ميدان نشر واحد. وقد بدأ الناشرون الشبّان باختيار تخصّص لهم، ثم راحوا يوسّعون حقل نشاطهم شيئاً فشيئاً. فالتنويع مفيد ومربح على المدى القصير: فالناشر يغتنم كل فرصة تتاح، ويستغل كل إمكانات البيع لمختلف الأنواع وفي شتى الأوساط الجماهيرية. غير أن تجربة بلدان أخرى في هذا المجال بيّنت أنّ من الأفضل للناشر، على المدى البعيد، أن يشتهر في ميدانٍ معيَّن وأن يضمن زبوناً مستقراً وقابلاً للاستدلال. وهذا أيضاً هو هدف السلاسل والمجموعات التي يسمح

استمرارها في موضوعة محددة بتكوين زبائن لها، واستغلال الحاجات التي أمكن عدُّها وتصنيفها، وضمان بيع كتب مغمورة بفضل نجاحات كتب أخرى تشكّل نواة المجموعة. إن هذا يفترض وجود جماهير متنوعة وواسعة بشكل كافٍ لنجاح منشورات متنوّعة ومجموعات أو سلاسل متعدّدة.

إن مراكز اهتمام الجمهور العربي القارىء غير متمايزة، وإن هيمنة العلوم الإنسانية والأدب على الدراسات العلمية في الوسط الجامعي، والتزام المثقّف العربي اجتماعياً وسياسياً، يفسران أن مراكز اهتمام الجميع تنصبّ على بعض الموضوعات المحدودة عدداً. وحين تُعالج الاهتمامات المشتركة بين المثقفين العرب، سيكون في إمكان دور النشر بلوغ أكبر عدد من القرّاء الجامعيّين. وأن السلاسل الوحيدة التي عاينّاها لا تنصبّ على موضوعةٍ واحدة أو على موضوع تفكّري دقيق، فهي محدّدة بشكل غامض جداً، وتطول كلّها ميادين الاهتمام العام ذاتها: سلسلة الكتب الدينية (١٢,٩٪) والعلوم الاجتماعيّة (١٠,٦٪) والأدب (٩,٤٪) والتاريخ (٨,٢٪)، وسلسلة الأطفال (٨,٢٪). وإن ٣١,٨٪ من الناشرين لا ينشرون سلاسل، ونادرة هي السلاسل التي يشرف عليها مدير أدبي.

إذن، قلّما تمتاز دور النشر عن بعضها بالموضوعات التي تنشرها وبالجمهور الذي تتوجّه إليه. وإن رصد المنشورات يكشف وجود ثلاث فئات نشر كبرى:

١ ـ النشر الجامعي، حيث تسيطر العلوم الاجتماعيّة والتاريخ، تليهما الفلسفة، مع اهتمام معين بالترجمات والنصوص المعاصرة.

٢ ـ النشر للجمهور العريض، الذي تقترح عليه، بوجهٍ خاص، نصوص أدبية ودينية مأثورة.

٣ ـ الانتاج للأطفال، الذي يسير جنباً الى جنب مع الانتاج للجمهور العريض، بمعنى أنّه غالباً ما يكون من صنع دور النشر نفسها. وسنرى لاحقاً أنه يطول السّوق ذاتها.

الموضوعات

هناك ٤٨,٨٪ من الناشرين الذين يعلنون عدم تخصصهم في مجال محدّد. ويمكن أن نلاحظ أن الانتاج في العلوم الاجتماعية والأدب والنصوص القديمة لا يعتبر كاختصاص جديرٍ بالإشارة، لأن الأمر يتعلّق هنا بمجالات الانتاج الأكثر شيوعاً. ويعتبر الناشر كاختصاص فقط ما يجعله فريداً بين الناشرين الآخرين، ويذكر العلوم التطبيقية وفنون الهندسة مثلاً، لأنها نادرة. ويعرِّف انتاج الكتب الدينيّة بوصفه اختصاصاً لأنه بوجه عام يستبعد مجالات الاهتمام الأخرى. وبالعكس، نلاحظ أن شتى الميادين الجامعيّة لا تتنافى، مما يؤكد الفرضيّة المذكورة أعلاه حول التمايز من حيث الجمهور، بدلاً من التمايز من حيث موضوعات الاختصاص.

الأنواع

تعتبر الأنواع، أكثر من الموضوعات، معياراً يميّز بين الناشرين. ولنذكر أنه يجري التفريق بين ثلاثة أنواع رئيسة من الكتب: النصوص القديمة، الترجمات، النصوص المعاصرة. لقد بيَّنا في الفصل السابق أن الخيارات بين النوعين الأولين كانت عبارةً عن اختيار أساسي، سياسي، بين تجربة الغرب وتاريخنا الذّاتي، كما هو مذكور في نصوص التراث. ونلاحظ أن اختيار نوع يستبعد الآخر، فتزايد الانتاج في أحد الأنواع يتم بشكل معاكس لانتاج النوع الآخر. ونرى أيضاً أن نسبة النصوص التراثية تزداد مع نسبة الإعادات لدى ناشر واحد. وأما الترجمات فهي بخلاف ذلك، مصحوبة بنسبة متدنية من الإعادات (أقل من ٤٠٪).

في هذه المرحلة من التحليل، يمكن التفريق بين:

- طبقة ناشرين قلّما يجدّدون عناوينهم، ويعتمدون على الإعادات بوجه خاص، ويخاطبون جمهوراً عريضاً من مشتري كتب الأطفال والنصوص الدينية والأدبية المأثورة.

- طبقة ناشرين يجددون إنتاجهم بشكل أسرع، ويخاطبون جمهوراً من الجامعيين والمثقفين أشد اهتماماً بالترجمات من النصوص القديمة، وقراء كتب اجتماعية وسياسيّة وتاريخية.

٣ - النّاشر

إن مسؤولية اختيار النصوص للنشر، وتنسيق مراحل التصنيع والترويج، هي وظيفة تمايزت في وقت متأخر عن وظائف الطبع والتوزيع بالمعنى الدقيق. إنها وظيفة فكرية بوجهٍ خاص، ظهرت في القرن الثامن عشر م. في أوروبا، وظلّت حتى منتصف القرن العشرين م. وظيفة مشخصنة، على مقياس الفرد. وإنّ الكتاب الجماهيري، مع ما يستلزم من تثميرات كبيرة، هو الذي أدخلها في عصر المنشأة الكبرى والغُفليّة (anonymat) أو الخفاء.

في لبنان، لم تتميز وظيفةُ النشر، في بداياتها، عن الطباعة. وكان التمايز المتصاعد بين الوظيفتين موازياً لنمو إمكانات السّوق العربيّة: فالناشر اذا انفصل عن الطبّاع، تولّى مهمَّة التوزيع. واليوم أيضاً، يتميّز الناشرون عن المطبعيّين، ولكنهم لا يتميّزون عن الموزعين؛ فالناشر اللبناني موزّع/ مروّج أيضاً في ٧٣٪ من الحالات.

لم تشهد منشآت النشر والتوزيع، الصغيرة والعائليّة غالباً، بنية المنشأة المغفلة. فمالكها هو في آنٍ مديرها الإداري والأدبي، وهو أيضاً مدير السلسلة. ومن ثم تتحدد سياسته النشريّة بمستواه الثقافي وماضيه المهني وخياراته الفكريّة (الإيديولوجية).

أصله وانتماؤه الطائفي

يمكن أن نجد عدداً كبيراً من غير اللبنانيين في عداد الناشرين العاملين في لبنان، وذلك على الرغم من نصوص قانون تنظيم المهنة. فهناك ١٣,٩٪ قدموا من خارج لبنان وبشكل رئيس من المناطق الشيعية في العراق، ومن فلسطين، وبنسبة أقل من مصر وسوريّة، واذا استثنينا الـ ٢٢,٢٪ ممن يرفضون تحديد

منشئهم الأصلي، نجد بين اللبنانيّين ٣٤,٧٪ يعلنون أنهم من بيروت و١٣,٩٪ من جنوب لبنان. والناشرون من البقاع والشمال أقل عدداً: ٢,٨٪ من البقاع و٤,٢٪ من طرابلس. وبخصوص التوزيع الطائفي، أمامنا ٦٧,٦٪ من المسلمين (٢٠,٥٪ شيعة، ٣٨٪ سنّة، و١٦,١٪ غير محددين)، و٢٩,٢٪ من المسيحيين.

بعد دمار وسط المدينة الذي كان يضمّ كل مراكز دور النشر، نلاحظ اليوم أن معظم دور النشر قائمة في المناطق ذات الأغلبية الإسلاميَّة (٦٢,٥٪ في بيروت الغربية، ١٦,٧٪ في الضاحية الجنوبية، ١,٤٪ في صيدا، ١,٤٪ في طرابلس، أي ما مجموعه ٨٢٪). وفي المناطق ذات الأغلبية المسيحية، لا نجد سوى ١٦,٦٪ (منها ٦,٩٪ في بيروت الشرقية، ٢,٨٪ في الضاحية الشمالية، و٦,٩٪ في جونية). إن التوزيع الجغرافي للمنشآت يوضح للعيان مراحل النشر الكبرى: فالدور الكبرى التي تعود الى المرحلة التي كان الإكليروس لا يزال يمسك فيها بمعظم سلطة الناشر، استقرت في شرق البلاد في غضون الحرب الأهليَّة. فبيروت الغربيَّة لا تزال تحتفظ بآثار مرحلة انفتاحها على العالم العربي، عصرها الفلسطيني والعربي، على صعيد عدد دور النشر التي استوطنتها خصوصاً منذ السبعينات. ولم تُعرف الضاحية الجنوبيَّة كمركز نشر إلّا اعتباراً من الثمانينات، وفي المرحلة ذاتها شهدت الضاحية الشمالية وجونية توطّن دور نشر مسيحية جديدة.

ولئن كنا نشهد منذ ١٩٧٦ فرزاً جغرافيّاً للناشرين، وفقاً لانتمائهم الطائفي والفكروي (الإيديولوجي)، فإن المعطيات التي بحوزتنا لا تسمح لنا بالقول إن اختيارات الناشرين تختلف جوهرياً باختلاف توطّنهم الجغرافي وانتمائهم الطائفي: ذاك أن نصف دور النشر لم تحدّد اختصاصها. كذلك لا بد من أخذ السوق العربية في الاعتبار، اذ إنها تبرّر وجود النشر اللبناني بالذات؛ فالناشرون المقيمون في المناطق الشرقية يسعون مثل زملائهم في الغربية، وراء السوق العربية، ويعرضون عليها أيضاً نصوصاً أدبية مأثورة وبالأخص نصوصاً تاريخية.

إن ناشري الشرقية والغربية، الذين يخاطبون الجمهور المثقّف، يعرضون عليه كتباً في العلوم الاجتماعية، ولكنهم يمتازون من بعضهم بالعناوين المختارة. بكلام آخر، ينبغي تحليل عناوين الكتب ذاتها لاستكشاف اختلاف فكروي (ايديولوجي) ينضاف إلى التوزيع الجغرافيّ الأخير، فنلاحظ عند قراءة العناوين أن الكتب المتعلّقة بالمسائل السياسية والاجتماعية العربيّة هي من اختصاص دور النشر القائمة في بيروت الغربية؛ وأنّ كتب الضاحية الجنوبيّة متخصصة في دراسات معاصرة للعقيدة الإسلامية، لكنها جميعها بلا تمايز مكاني، تعيد نشر التراثيات الكبرى في الدين والأدب والتاريخ والفلسفة.

تكوينه الثّقافي والمهني

إن تكوين الناشر، تأهيله ومهنته السابقة، أكثر دلالةً أيضاً. وسوف يجري التفريق بين فئتين مهنيّتين، استناداً الى تأهيله الجامعي أو عدم تأهيله، أو على الأقل استناداً إلى مستوى ثقافي معينً:

- قدامى النّاشرين والصحافيّين والاساتذة والمحامين وأصحاب الدين والمؤلفين، يشكّلون ٤٣٪ من مجموع الناشرين؛
- قدامى المطبعيّين والتجار والمكتبيين أو المستخدمين العاديين في مكتبة أو مطبعة أو دار نشر، يبلغون ٣٤,٨٪. ويجب أن يضاف إلى هذه الفئة ١٥,٣٪ ممن رفضوا ذكر حالتهم المهنية السابقة، معبّرين برفضهم عن شعور بعدم التجانس بين نشاطهم السابق ومهنتهم الحالية كناشرين.

ومما يلاحظ أنَّ النشاط السابق الأكثر شيوعاً هو الاستخدام لدى مطبعيّ، مكتبيّ أو ناشر (١٦,٧٪). ويجري تصوّر النشر كمهنة سهلة، لا تستلزم تثمير رأسمال كبير لإقامة منشأة؛ وهي تُمارس بوجهٍ خاص كتجارة، تقوم على علاقات الناشر بأصحاب المكتبات وبالموّزعين العرب، وفوق ذلك، لا تستدعي مستوى ثقافيّاً رفيعاً. وبالتالي تجتذبُ مطامح المستخدم الصغير الذي اكتسب خبرةً في المهنة، وعلاقاتٍ في السّوق العربيّة، ويحلم بأن يعمل لحسابه دون استثمارات كبيرة.

يجد الصحافيّون (١٢,٥٪) والاساتذة (٨,٣٪) في وظيفة الناشر وسيلةً للتخلّص من موقعهم كأجراء، ولاكتساب سلطة تقريريّة في المسار الإبلاغيّ. ولا يزال أصحاب الدين، من مسيحيين ومسلمين، مسيطرين في النشر اللبناني (١١,١٪)، لكنهم أكبر عدداً في الشرقيّة (٦٢٪) منهم في الغربيّة. كما نلاحظ أنّ المؤلفين أنفسهم قد تحوّلوا إلى ناشرين (٦,٥٪)، خلافاً لموقف المثّقف المفترض أنه لا يوسّخ يديه في المناشط الإتجاريّة (المركنتيلية)[4]. كما أن التجار كثيرون (٦,٥٪).

يمكن التساؤل عمّا إذا كانت مهنة النّاشر السابقة تؤثّر في اختيارات النصوص المنشورة. وبما أنَّ نسبة عدم الأجوبة كبيرة جداً، ليس دالاً قيامنا بتحليل العلاقات بين كل مهنة فردياً ومجالات التخصص، ولكننا نستطيع رصد كلٍّ من الفئتين المحددتين سابقاً، من خلال علاقتها بالمنشورات. باستثناء الإكليروس، لا تبدو فئة الناشرين الذين تلقّوا تأهيلاً جامعيّاً، مهتمّةً بالكتب الدينيّة، وبما يلاحظ أيضاً أنَّها أقل اهتماماً، من الفئة الأخرى، بالنصوص التراثية، فهي على العكس تقوم بنشر ترجمات.

ونستكشف من خلال تصنيف الناشرين حسب مستواهم الثقافي، التفريق السابق نفسه الذي أجريناه خلال تحليل نسب الإعادات. فالناشر ذو المستوى الثقافي الجامعي سيتوّجه إلى جمهور المثقفين، ويعرض عليه ترجمات أكثر مما يعرض نصوصاً مأثورة. في المقابل، يجد الناشر الذي كان من قبل تاجراً أو مستخدماً، أنَّه أقلّ تعرُّضاً للمخاطرة حين يعيد نشر نصوصٍ مأثورة، لا سيما النصوص الكبرى في الأدب والدين.

صورة النّاشر

إن هذه الثنائية التي استكشفناها في نوع الكتب المنشورة في أوساط الناشرين على حدٍ سواء، هي على صعيد الواقع نتيجة الالتباس الملازم لوظيفة الناشر، ولطبيعة الكتاب المزدوجة، كسلعةٍ وكمادة ثقافيّة.

فهي كما وصفها إسكاربيت، معبّراً من خلالها عن الحكم القيمي الذي يثقلُ وعي الناشر وضميره:

«هل النّاشر مولّد أم تاجر رقيق؟

هل يتمتع بالكرامة المهنيّة أم أنه مطبوعٌ بالعـار الاتّجاري؟ من الصعب على معظم الناشرين أنّ يكونوا هذا وذاك»[٥].

يسعى النّـاشر للتخلّص من هذا الالتبـاس، فتارة يكـون بالأحـرى مبدعـاً، وتارة يكون بـالأحرى تـاجراً. ولكن سـواءٌ نزع نحـو هذا أو ذاك، فـإنه يـدرك الالتباس كأنه تنازع بينه وبين الناشرين الآخرين، ويضـع نفسه عـلى الدوام في خـانة النـاشرين/ المبدعـين، ويرفض جميـع الآخرين بـوصفهم تجّاراً حقـيرين. وهكـذا، فإن النـاشر بدلاً من تحمـل تبعة التنـاقض المعاش بتعـاسة بـين الفعل الثقافي والعمل التجاري يُضفيه على تنازع أخلاقي مع الناشرين الآخرين.

إن التحليل الموضوعاتي للمقابلات الحـرَّة الـ ١٦ مع النـاشرين، يبينّ تكـرار الأفكار ذاتها: فبرأي الناشر المتكلّم، يعتبرُ الناشرون الآخرون أنّ الكتاب مجـرّد سلعة مثل البـطاطا. فهم جـاهلون، لا يهتمون بمضمـون ما ينشرون. يبحثـون عن الكتـاب الدّارج، من نصـوص قديمـة أو سياسيّـة. إنهم غـير نـزيهـين مـع المؤلفـين. وبعضهم يمارس القـرصنة أو يـطبع النصـوص القديمـة كـما هي دون مراجعة وتنقيح. وفي كل الأحوال لا يجهدون أنفسهم كثيراً.

ثم يأتي كدح الناشر ومتاعب مهنته لتبرير أرباحه، فالنّاشر يحبّ الإلحاح عـلى متاعب المهنة، ليردع عنها الهواة. فالـرساميـل لا تكفي. إذ من الضرورة بمكان إجراء اتصالات شخصيَّة، ولكن ما من ناشر يشير إلى تـأهيل نـظريّ أو إلى حدٍ أدنى من المستـوى الثقافيّ. إن الصـورة التي يقدّمهـا الناشر لنفسـه ليست صورة مبـدع أو مثقَّف. إذ ليس هناك أيـة إشارة الى دوره في التـواصل المكتـوب، بل عـلى العكس يرى ذاتـه، يدركهـا، في التخاطب المبـاشر مع المؤلّفـين والمكتبيين والقراء. يحبّ تقديم نفسه كبائع جوّال دائم السفر، يحمل بنفسه منشوراتـه إلى

مختلف الأسواق العربيّة. ويبدو لنا أنه يتصور ذاته كموزّع بوجهٍ اساسي.

لإيضاح الصورة التي يكوّنها الناشرُ عن عمله، قمنا بتحليل لمضمون الكلام وذلك بفرز جميع الأفعال في صيغة المتكلم. وبتكرار الأعمال ذاتها، يمكن وصف الدور الذي يعزوه لنفسه في مسار النّشر. وعليه، حين نجمع الأفعال المتقاربة دلاليّاً، يمكن أن نلاحظ أنَّ العمليّات المتعلّقة بالتوزيع (٦٥ وحدة) هي أكثر عدداً من أعمال النشر أو الإنتاج (٤٦ وحدة). لا تضمّ عمليّات الطباعة سوى ٢٨ وحدة معجميّة، مما يؤكد أنَّ الناشرين هم باعةٌ أكثر منهم صانعين. ومن المهِّم أنْ ننبه في هذا الصّدد إلى أنَّ الناشر يعزو لنفسه بسهولةٍ وظائف التوزيع، في حين أنّه يلقي في خطابه، وبازدراء، النشاطات الطباعيّة على الناشرين الآخرين.

كما نلاحظ في اللائحة، المكانة الوضيعة المخصَّصة للمناشط الفكرية المحض (المعرفة، الفكر)، وفي مقابلها، أهميَّة العلاقات بالمال (٢٦ وحدة إجمالاً) والعلاقات الشخصية المتبادلة.

إنَّ المنشط النشري، كما يعيشه الناشرون اللبنانيون، هو إذاً على صورة النشاطات النفعيّة الأخرى لدى اللبنانيين: علاقات شخصيَّة، قدرات فرديَّة، شطارة، تكفي في منشآت صغيرة ذات إنتاج متواضع، حيث تقوم إعادات النجاحات ذاتها بالتعويض عن المخاطرة المُتجَّشمة قليلاً في معظم الأحيان من جرّاء نشر كتب جديدة، وتضمن الأرباح التي لا يجري تقاسمها حتى مع موزّع.

إن خصائص الناشر وسلوكه يحدِّدان الثّقافة المُروَّجة. فالناشر يمكنه، بما يتّخذ من قرارات، أن يشجّع الإنتاج الفكري العربي، أو بالعكس يمكنه أنّ يعيقه. والعلاقة التي يقيمها مع الآخرين، وبشكل أعمّ مع الأوساط المتعلّمة، تضمن تجدّد إنتاجاته.

لائحة مجموعة الأفعال حسب مرتبة الأهميّة

بالمقارنة، الناشرون الآخرون:

الفصل الثالث

العلاقة بالمؤلفين

يمكنُ تعريف وظيفة النَّشر كتوسُّط: فهي تقوم على جعل الاتصال ممكناً بين المؤلِّفين وبين قرائهم المحتملين. ولنجاح هذا التوسّط، يجب أن تكون العلاقةُ بين النّاشر والبيئة التي تنتج فكرياً، علاقةً مباشرةً قدْرَ الإمكان، وأن يجري الإعلام من خلالها بلا معوقات؛ وكذلك الحال بالنسبة إلى العلاقة التي تربط الناشر بالقرّاء المحتملين والتي تسمح له بتوقّع حاجاتهم من القراءة واختيار ما من شأنه تلبيتها.

في مسار النشر الجاري في لبنان، يكون التبادل أصعب لأنَّ الأطراف المشاركة فيه ليست من بيئةٍ واحدة ولا من بلدٍ واحد. فهنا ليس من الحكمة اعتبار جميع المفكّرين العرب كأنّهم يشكلّون بيئة متعلّمة واحدة. إذ إنَّ التقاسم الاستعماري والحواجز السياسية المُقامة بين العرب، قد أوجدت بعض التباينات الثقافيَّة، وأدّت إلى ظهور تطورات تاريخية متمايزة. ويكفي أن تؤخذ في الاعتبار التربية الجامعيّة الفرنكوفونيّة بالنسبة الى البعض، والإنكلوفونية بالنسبة إلى البعض الآخر، أو الخيارات السياسية المتباينة جوهرياً بين الأنظمة العربية، حتى نستنتج أنَّ المفكرين العرب لا يستطيعون، حتى وإن كانوا يتقاسمون هموماً مشتركةً، أن يُعتبروا كأنّهم كلٌّ واحد بلا تمايز.

هنـاك طُـرفـة متـداولـة في أوسـاط النشر اللبنـاني: «الكتـاب العـربي يؤلّفـه المصـريّون، يصنعـه اللبنانيّـون، ويقرأه العـراقيّون». من المفيـد أن نتحقق من مـدى تعبير هـذه الدعـابة عن الـواقع. في هـذه الـظروف، بمـا أنَّ ممثـلي مسـار الاتصال بالكتاب لا يشتركون في البيئة عينها، فإنَّ الكتابَ يغدو الوسيلة الممتازة للتبادل الثقافي، وبذلك يزداد دور الناشر أهميَّـةً: فإذا لم يكن هنـاك إطار واحـد للإنتاج والاستهلاك الفكريّـين، مثل مؤسسـات التعليم والبحث المشتركـة، فإن الناشر ستكون له سلطة كاملة على الاتصال الفكري. ففي اختيار المخطوطات، وفي انتقاء المؤلفين الذين ينشر لهم، يقرّر الثقافة العـربية المـروَّجة. وإن سلطتـه تزداد أيضاً، اذا أضيفت اليـه مبادرة الانتـاج الفكري، واذا استعمـل سلطته في إلغاء عددٍ كبير من المخطوطات. وسوف يُسأل: بموجب أيّة معايير يتمّ اختياره، ومن هم المؤلفون الذين ينشر لهم، وهـل يشجّع المؤلفـين الشبّان، ومن أيـة بيئة ينهل منشوراته؟ أسئلة كثيرة سنبذل جهدنا لإلقاء الضوء عليها.

١ ـ التوزيع الجغرافيّ للإبداع الفكري

يذهب السيد عبد القادر بن شيخ إلى أنَّ احتكار نشر الكتـاب العربي الـذي يتقاسمه لبنانُ ومصرُ، يمكنه أن يكـون معيقاً لـلإبداع: فـالمؤلّفون أنفسهم يُعـاد نشر كتبهم عـلى الـدوام؛ وديـوان الأدب العـربي الـذي وضعـه، بكيفيـةٍ مـا، الناشرون اللبنانيّون والمنظومةُ التربويةُ عـلى حدٍّ سـواء، لا يشجّع قـراءة المؤلّفين الشبّان.

«إن الأجيال ذاتها من الكتاب والمفكّرين الذين يعاد نشر كتبهم وتوزيعها بلا انقطاع، هم الذين يتقاسمون سوق الكتابة على الصعيـدين الوطني والإقليمي. وإن المؤسسـة المدرسيّـة والمكتبات العـامة تـوطد ذلـك الأمـر من خـلال تكـرار إنتاجهم»[1].

تُثار مسألة الاستعلام عمّا إذا كان النّشر اللبناني، الذي يقرّر الثقافة العربيّة، محصوراً في نطاق المؤلّفين اللبنانيّين وحدهم. لقد كان هذا صحيحاً في المـاضي،

خصوصاً بالنسبة إلى الإنتاج المدرسيّ، عندما كان لبنانُ يزوّد الأقطار العربيّة بالكتب المدرسيّة وبالمؤلفات شبه المدرسيّة، وهذا صحيح أيضاً بالنسبة إلى سلاسل مأثوراتِ الأدب، حيث تتردّد دائماً الأسماء الكبيرة ذاتها في الأدبين اللبناني والمصري.

«في معظم الأقطار العربية تقريباً، عاشت أجيالٌ، ثقافياً، على متعة القراءة والتعلّم انطلاقاً من كتب مدرسيّة ومن أعمال أدبية، ومن فكر اجتماعي مشرقي، فكر مصر ولبنان بوجهٍ خاص، وذلك على امتداد الليل الاستعماري الطويل»[٢].

مختلف هو الوضع المعاصر: إذ لا يزال الناشر اللبناني يملك سلطة الطبع والنّشر، لكنَّ الكتّاب اللبنانيّين لم يعودوا إلاّ أقليّة، فهم يمثّلون أقل من ٤٥٪ من مجموع المؤلّفين. ويمكن الاعتقاد أنَّ اللبنانيّين هم أكثر عدداً في الترجمة.

بخصوص الموضوعات المنشورة حالياً، أمكن أنْ نلاحظ أن دور النشر ذات النِّسب الأعلى من حيث المؤلّفين اللبنانيين، هي الدور المتخصّصة في المجال المدرسيّ وأدب الأطفال. وبما أنَّ الإنتاج المدرسيّ مُؤممٌ الآن في الأقطار العربيَّة، فإنّ المؤلّفين اللبنانيّين فقدوا ميداناً من ميادين حضورهم القويّ. ومن المؤكّد في مجال الكتب الدينيّة أنّ الانتاج الفكري هو من صنع الإكليروس المسيحي في لبنان من ناحية، وعلماء مصر والنّجف (من أصل لبناني غالباً) من ناحية ثانية. فالناشرون من أصل عراقيّ ومصري، على اتصال بالعلماء، ولذا ينشرون، أكثر من سواهم الكتب الدينيّة الإسلاميّة المعاصرة. إن التشابك بين تخصّص الدّار وعدد المؤلّفين اللبنانيّين يبين أن الفئة ٢٠٠ (الكتب الدينية) هي بالأحرى فئة لبنانية: ٤٥٪ من الدور المتخصّصة في الكتب الدينيّة تنشر ما بين ٨٠ و ١٠٠٪ من الكتب للمؤلفين اللبنانيّين، وهي تضمّ كافة الدور التي يملكها الاكليروس المسيحي والتي تُقيم في شرق البلاد. أما النشر الاجتماعي والسياسي، فيستقبل إنتاج مختلف المناطق العربية. فالفكر السياسي والاجتماعي المعاصر يهرب من الأنظمة القمعيّة العربيَّة ويبحث عن وسائل تعبيره في لبنان.

«رأى كثيرٌ من المؤلفين صدور كتابهم الأول خارج بلدهم الأصلي. وغالباً ما وجد المنفى الثقافي ملاذاً له في هاتين العاصمتين [القاهرة وبيروت]»[٣].

٢ ـ الخصائص الاجتماعيَّة/ المهنيَّة للكتّاب

بما أنَّ عمل المؤلف غير كافٍ على صعيد الكسب (إذ من النّادر أنْ نرى كتّاباً يعيشون من حقوق التأليف، باستثناء النجاحات الكبرى التي تظهر على شاشة السينما أو التي تُروَّجُ عالمياً)، فلا بدّ للمؤلفين من ايجاد مصدر تمويل، وبشكلٍ عام لا بد لهم من إيجاد مهنة ثانية تؤمّن لهم أوقات الفراغ اللازمة للإبداع، كالوظيفة الحكوميّة أو المهن الحرَّة.

حسب الأرقام التي يقدّمها إسكاربيت[٤]، يعيش نصفُ الكتّاب الفرنسيّين من نشاطهم الأدبيّ. والنسبة مختلفة بشأن المؤلفين العرب الذين ينشرون في لبنان. هناك نفرٌ من الكتّاب يعيش من نشاطه الأدبي؛ فبعض الأسماء الكبيرة في الشّعر أو الرواية يمكنها وحدها أنْ تتمتّع بذلك، مستعينةً بثروةٍ شخصيَّة أو متحوّلةً إلى ناشر لأعمالها الخاصة، بغية الإفادة الكاملة من عائدات مبيعات كتبها. هذا مثلاً هو حال نزار قبّاني وغادة السَّمان، اللذين يُعدّان في طليعة الكتّاب الرائجين في العالم العربيّ، ويملك كلٌّ منهما دار نشر خاصة بمؤلفاته.

إن الكتّاب اللبنانيّين والعرب هم في معظم الأحيان من الأساتذة الجامعيّين (٤٣,٥٪) ورجال الاكليروس أو علماء الدين (١٦,٧٪) والاساتذة في التعليم الثانوي (١٠٪) والصحافيين (١٠٪). ومما يلاحظ أنّ الوظائف الأكثر تقنيةً، مثل الهندسة أو الطب، لا تقدّم مؤلفين، وأنّ الباحثين غير موجودين تقريباً، نظراً لندرةِ مؤسسات البحث التي من شأنها تأطيرهم.

إن المكانة الاجتماعيّة للمعلّمِ أو لرجل الدين، هي في الرأي الشعبي أهم من صفة الكاتب. وعندئذٍ يؤجَّلُ نشاط المؤلف إلى أوقات الفراغ وحدها، وتغدو المهنةُ الثانية في الواقع مهنةً أولى تضغط بمتطلباتها على الإبداع الفكري.

«ليس هناك مهنة، وإن كانت حرَّة، بلا مستلزمات مناقبيّة وأخلاقيَّة. وهي غير متوافقة دائماً مع حرية الكاتب الضروريّة»[٥]

بما أنَّ المثقفّين العرب مندمجون، عموماً، في جامعةٍ أو في مؤسسة تربوية أو دينية، فإنهم بسبب من ذلك خاضعون لقيود أخلاقية تحدّ من حريّتهم الفكرية وتعيق إبداعهم. إن المؤسسات البحثيّة النادرة الموجودة في لبنان، وهي شكلٌ حديثٌ للارتزاق، إنما جرى تأسيسها لأهداف سياسيّة وتقوم بتمويلها دول عربية أو أجهزة سياسيّة. وهي تُخضع المؤلفين بالضرورة، وأكثر من أي شكل تمويلي آخر، لقيود وإكراهاتٍ فكريّة.

٣ ـ دَوْرُ الكُتّاب

ينبغي أولاً التفريقُ بين ثلاث وظائف متمايزة للانتاج الفكري:

- إنتاج مؤلفات عربيّة معاصرة.
- الترجمة.
- مراجعة المخطوطات القديمة.

لا يمكن على الدوام اعتبار الإنتاج العربي المعاصر إبداعاً أصيلاً: فهناك عدد كبير من المنشورات الجامعية لم تعد تمثّل سوى إعادة كتابة لمعلومات متناثرة في كتبٍ غربيّة. وهناك خريجون من جامعات أوروبية أو أميركيّة يطرحون أنفسهم كمؤلّفين لمجرَّد نشر هوامش محاضرات جُمعت في خلال دراساتهم. وفوق ذلك، يمكن إيرادُ حالاتٍ كثيرة جرى فيها اعتبار ترجمة حرفية لوثائق غير مسوَّقة كأنها تأليف خاص، أو جرى اعتبار مجموعة مقالات ملتقطة من مجلاّت متخصّصة كأنها من تأليف جامعها[٦]. إن عدد المتخصّصين الضئيل وفقر الانتاج العربي في الميادين العلمية الأحدث عهداً، يشجّعان على ذلك. لذا يمكن اعتبار هذا الوضع بمثابة «مرض طفولي» نأمل تجاوزه سريعاً عندما تتشبّع الميادين العلمية والتكنولوجيّة بمنشورات كهذه.

ولا يمكن مع ذلك إنكارُ وجودِ عددٍ معيَّن من المؤلفات هي ثمرةُ تحليل أو تأمل ٍ أصيلَيْن. ولئن كانت هذه المؤلفاتُ في العلوم الإنسانية أكثر عدداً مما هي عليه ً في العلوم التطبيقية، فذلك لأنّ هذه الأخيرة تستلزم تجهيزات ومختبرات وبنى بحثيَّة في الجامعات.

ويعني لنا الإبداع الأصيل بوجهٍ خاص الإبداع الأدبي. فهذا قلّما يشجّعه الناشرون: رفض نشر أعمال شعريّة، وانتقاء أعمال روائية فقط لمؤلفين مشهورين. وعلى الكتّاب الشبّان أن ينشروا، أولاً، على حسابهم الخاص، وأنْ يثبتوا أنفسهم ككتابٍ ناجحين، قبل أن يجدوا ناشراً.

أما مراجعة المخطوطات القديمة فهي صنعة كتّابٍ ذوي اتجاه ديني أو صنعة موظفين في دار النشر. وهم يذكّروننا باكليروس القرون الوسطى المكلّفين بالمحافظة على العقائد وتناقلها. فهم مثلهم في مكانةٍ دنيا، ولا يشاركون في الإبداع، اللهم إلّا من خلال الملاحظات والتعليقات التي تكيِّف النص مع قرّاء القرن العشرين، على غرار النسّاخين ما قبل الطباعة، الذين كانوا يضعون مكان الكلمة البالية مفردة متداولة .وهم مكلّفون بتدعيم السلطة الدينية، وذلك من خلال دمج العلوم كلّها في معرفة جامعة مانعة، (انظر مثلاً عدد الكتب التي تتناول «طب النبي»). «إنه (رجل الاكليروس) يحفظ العقائد، ينقل التراث ويكيّفه. فهو كرجل كنيسة، لا يمكنه أن يكون متخصصاً في العلم. إنه يقدّم صورة اسطورية للعالم، أسطورة كليّانية (. . .) تحدّد مكانة الإنسان ومصيره في عالم مقدّس»[٧].

إنّهم، كما رأينا سابقاً، يتقاسمون الإنتاج الفكري مع المترجمين الموجلين بنقل الثقافة الغربيَّة. وبين هذين القطبين، يعيش المثقّفون العرب تمزّقَ وعيهم ووجدانهم: فهم يطرحون الثقافة الغربيّة بوصفها إمبرياليّة، ويتمتّعون بامتياز الوصول إليها وبمركز المثقّف الذي تمنحه لهم. إنهم يعون خصوصيّة الأهداف غير المُعلنة لهذه الثقافة، والمتناقضة مع قيم الشمولية والعالميّة التي علّمتهم إيّاها

هذه الثقافة نفسها. عندئذٍ «يهتمّ المثّقفون بما يعنيهم»[٨]، ومن هنا كان تكاثر المؤلفات السياسية والدراسات حول الفكرويّة (الايديولوجيا) التي شهدْنا ظهورها في خلال السبعينات بوجهٍ خاص. وفي البحث الذي باشروه، بغية التمايز من الثقافة الغربيّة، يستندون الى المذاهب العقائدية والموروثات، فهم بحاجةٍ الى النّص المولج رجل الدين بنقله إليهم. إن الشَّغَف بكتب الماضي يصيبهم هم أيضاً.

«إن المثَّقف، وهو نتاجُ مجتمعاتٍ ممزّقَة، إنما يشهدُ لها لأنه استبطن تمزّقها»[٩].

٤ ـ علاقة الناشرين بالمؤلّفين

من المفارقات أنَّ عمل هذا المثقّف الشاهد على تناقضات مجتمعه، يتولّاه النظام الذي سيحوّله إلى سلعة وسيخفض مؤلفه إلى موقع أجيرٍ مستخدم.

إن المكانة الدّنيا للمؤلف يمكنها أن تكون صريحة، كما هي الحال بالنسبة إلى الكتّاب الموجلين بمراجعة المخطوطات والذين غالباً ما يكونون أجراء مستخدمين في دار النّشر، أو مستترين وراء واحدٍ من شكلين:

- المؤلف الذي يتقاضى حقوقاً على مبيع كتابه،
- المؤلف الذي يبيع مخطوطته للناشر ولا يعود له أي حق في مؤلفه.

في الحالتين، وبالأخص في حالة بيع المؤلف مخطوطته، يكون المؤلف في موضع استتباع للناشر أو أنه لا يملك أية سلطة على مصير مؤلفه.

إن شراء المخطوطات مألوف: اذ أنَّ ٥٦٪ من الناشرين اللبنانيين يبتاعون مخطوطات، لكن هذا الشكل من العلاقات ليس الشكل الأكثر تداولاً (٣٠٪ من الناشرين ابتاعوا أقل من ٢٠٪ من المخطوطات المنشورة). مهما يكن الأمر، فإن المؤلف الذي ينشر في لبنان، ليس له رقابةٌ على تصنيع كتابه: فهو لا يختار الغلاف (٦٥,٣٪) ولا مقاس كتابه (٧٦,٤٪). إن الناشر وحده هو الذي

يتخّذ جميع القرارات مع كونها حاسمة بالنسبة الى مصير الكتاب، نظراً لأنَّ مقاس الكتاب ونوع الحروف المستعملة والغلاف والسعر هي بحد ذاتها نخب أوليّ للجمهور القارىء.

إن المؤلِّف، الموضوع في وضعيّة استتباع تجاه النّاشر، والجاهل الواجبات المادية لتحقيق كتابه، والمصاب بعقدة الذنب وهو يبدّل عمله بأوراق مصرفيّة، إنما يسلك سلوكاً طفلياً أمام «الناشر ـ البابا»[10].

«إن موقفه كمتعلّم نخبوي يمنعه من استيعاء طبقي حقيقي بوصفه كاتباً. فهو يكتفي بحصةٍ هزيلةٍ من الرّبح وبحصةٍ أكثر هزالاً أيضاً، من الرقابة على مصير كتابه»[11].

يجد النّاشر مصلحته في ذلك، ولا يمكنه إلاّ أن يشجّع الطلاق بين التجاري والأدبي، إنّه يسجن الكاتب في أعالي الفكر، ويتولّى هو مصالحهما المشتركة. وهذه القسمة للمهام تسير سيراً حسناً طالما أنَّ المؤلّف في حالة ثقة. وهذه ليست الحال في لبنان. فالمؤلف يوقع في الغالب عقداً يرخص للناشر بطبع وتوزيع عدد معينٍ من النسخ، ويجب تجديد العقد مع كل إصدار، وبوجهٍ عام، يتقاضى المؤلف ١٠ إلى ١٥ بالمئة من سعر المبيع. لكن انعدام أية رقابة يفسح في المجال أمام التجاوزات: إذ يمكن للناشر أنْ يزيد عدد النسخ أو أنْ يعيد طبع الكتاب عدّة مرّات دون إعلام المؤلّف. لذا تكون العلاقات متوترة بين المؤلفين والناشرين: فالكاتب مدفوعاً بحذره وشكّه، يطلب رؤية الكشوفات والتحقق من المخزونات. فهو لم يعد يحترم الجدار الذي أقامته الفكرويّة (الإيديولوجيا) السائدة بين التجاري والأدبي»[12]. عندها، نرى الناشرين اللبنانيين يستنكرون هذه السلوكات، ويعجبون لقلّة تطابق الكتّاب مع الصورة النمطية عن المثقّف اللامبالي. وتراهم يندّدون بالمؤلّفين بوصفهم متعطّشين للأرباح، لا يتخلّون أبداً عن حقوقهم (ونسأل لماذا يتعينّ عليهم التخلي عنها. . !)، ولا يشاركون في الخطر المالي للنشر.

حتى أنَّ بعض المؤلّفين لا يشعرون بأي ذنب وهم يتعاطون مع كتابهم كسلعةٍ تجاريّة، فيأخذون بيدهم مسار التصنيع والتوزيع، مؤسسين دار نشر خاصة بهم، وهكذا، يتجنّبون تقاسم أرباحهم مع آخرين. ومما يلاحظ أنَّ الأمر يتعلّق بالروائيّين والشعراء الأكثر شعبيّة، الذين يبدون حين يخرجون من الإطار الضيّق للمبادلات في البيئة المتعلّمة، كأنّهم تحرّروا من أسطورة المثقف الغافل والمتضور جوعاً، التي يفرضها المجتمع.

لئن كانت العلاقات متوّترة بين المؤلف والناشر، فهي أيضاً في بعض الأحيان، وللأسباب ذاتها، متقطعة: لدى ٤٠٪ من الناشرين، لا يوجد فريق مؤلّفين ثابتين يمكن نشر كل كتبهم الجديدة. مع ذلك هناك ٢٩٪ يوقعون مع المؤلف اتفاقاً حول أفضليتهم بالنسبة إلى نتاجاته المقبلة، وهناك ١٣٪ يعتبرون أنّ اتفاقاً كهذا ضمنيٌّ. والاتفاق حول هذه النقطة يكشف ميزان القوى بين الناشر والمؤلّف: فعندما يكون المؤلّف في موقع قوّة، يحاول الناشر أن يربطه به بعقود مستقبليّة. والكاتب يستمدّ قوّته من قرّائه: استاذ جامعي مثلاً، يمكنه ترويج عدّة مئات من النسخ في أوساط طلّابه، وهذا تثمير مضمون بالنسبة إلى الناشر، الذي يمكنه أن يتوقّع مسبقاً مبيعات السنوات المقبلة، من خلال عدد الطّلاب.

٥ ـ العلاقات بين المؤلفين والقرّاء

عندما يكتب المؤلّف يتوجّه إلى مُحاوِرٍ خياليّ، لكنه يحمل في رَوْعه أيضاً صورة جمهور ملموس يتوقّعه من خلال المبيعات السابقة أو من خلال انخراطه في المجتمع؛ وبقدر ما يكون الكاتب قريباً من اهتمامات جمهوره، ويعرفه جيّداً، يمكنه النجاح في مشروعه الإبلاغيّ (الاتصاليّ).

إن الاتصال بواسطة الكتاب المنتج في لبنان، يتولّاه من جهة ٥٥٪ من الكتّاب العرب غير اللبنانيّين، ومن جهة ثانية ٩٥٪ من القرّاء العرب غير

اللبنانيّين. وكون الاتصال بحاجة إلى الناشر اللبناني لكي يغدو ممكناً، يكشف أنَّ القراء والكتّاب هم من أقطار وآفاق مختلفة.

ولئن كان الناشرون لا يوضحون بشكل كافٍ جنسيّة المؤلّفين، فإنّهم أشد وضوحاً بخصوص جمهورهم: فبلدان الخليج هي السوق الأساسية للكتاب المنشور في لبنان (بمعدل وسطي ٢٢٪ من سوق الكتاب اللبناني)، فهل لهذه البلدان ذات الجامعات الحديثة العهد عددٌ كافٍ من الكتّاب؟ وبما أنّ الكتاب الذي يطلبونه هو في أغلب الأحيان إعادة إنتاج لنص ديني قديم(١٣)، فليس هناك تبادل ثقافي بالمعنى الحقيقي للكلمة، بل هناك استهلاكٌ لأعمال مكتوبة لجمهور آخر ولأزمنةٍ أخرى. كما أنَّ بلدان شمال أفريقيا والعراق تستوردُ بوفرةٍ الكتب اللبنانيّة، وتملك جامعاتٍ تبرّر إنتاجاً فكرياً كبيراً، وسنرى لاحقاً أنّها تهتم بالإنتاج الجامعي أكثر مما تهتّم بالنصوص القديمة.

أما في المجال الجامعي فالتبادل أسهل، إذْ إنَّ له إطاره المرجعيّ. ففي معظم الأحيان يكون الكتّاب والقرّاء من الجامعيّين، ويتمّ التبادل بين بلدان مختلفة، ولكن داخل نخبة متعلّمة واحدة، محدودة من حيث العدد. والمثقف يطمح، حتى عندما لا يكون أستاذاً جامعياً، لأن يصيره، نظراً لأن هدفَ الثقافة، في مجتمع على طريق التنمية، ضمانُ مركز اجتماعي رفيع. فيفضّل المثقّف في كتاباته أن يخاطب الطلاّب الجامعيين، أكانوا خياليين أم حقيقيّين. لهذا السبب، سيكتب ربما دراسات أدبية بدلاً من أن ينكبّ على وضع مؤلفاتٍ أصيلة. والكاتب عندما يكون في إطار الجامعة، يعرف جمهوره مباشرةً، فهو يكتب لطلاّبه الحقيقيين. وبكيفيةٍ ما، يكون الاتصال سابقاً لنشر الكتاب، ويكون أيضاً مستقلاً عن الناشر.

إن تدخل جهاز النشر في الاتصال بين المؤلّف وجمهوره يبدّل المعطيات: فالنشر بمقاسٍ مكلف يمكنه أن يكون عقبةً أمام الطلاّب الذين كان يخاطبهم المؤلّف. واختيار المقاس وقنوات الترويج هما من العوامل الأساسية في تحديد الجمهور الفعلي للكتاب.

٦ ـ دور الناشر في الانتاج الفكري

سنعالج في الصفحات التالية كيفيّات انتقاء المخطوطات، ومعايير الاختيار، لكننا لن نغضّ الطرف عن كون الناشر يؤثر في الانتاج وفقاً للسوق والمشتري المحتمل، وبالتالي سنقيس درجة تأثيره على الإبداع، إلاّ أننا سنترك لفصلٍ آخر دراسة السوق المتوقعة والقارىء المحتمل الذي يوجّه الناشرُ منشوراته إليه.

حتى نقيس سلطة الناشر في نشر الإبداعات الجديدة، قمنا أولاً بمقارنة المعدل الوسطي للكتب الجديدة مع المعدل الوسطي للعناوين المعاد نشرها: وسطياً، للناشر ٣٤,٧٪ إعادات سنوياً، مقابل ١٧,٧٪ منشورات جديدة فقط. وهو غالباً ما يأخذ مبادرة الانتاج بنفسه: هناك فقط ٢٧٪ من الناشرين، يكتفون باقتراحات المؤلفين المنتظرة، و٤٦٪ أخذوا المبادرة في أكثر من نصف منشوراتهم. إن الأمر يتعلق بتلبية حاجات السوق العربية (٢٧,١٪) من منشورات النصوص القديمة (١١,٨٪)، ومن كتب الأطفال (٨,٢٪) والترجمات (٧٪ من الحالات التي تعود فيها المبادرة للناشر).

يعتبر عدد المخطوطات الواردة والمرفوضة في خلال سنة، مؤشراً على سلطان الناشر على الإنتاج الفكري، (الأرقام متعلقة بالعام ١٩٨٦):

- مجموع المخطوطات الواردة ٢٥١٢
- مجموع المخطوطات المقبولة ١٤٣٠
- عدد المخطوطات المرفوضة ١٠٨٢

(وهو يمثل ٤٣٪ من المخطوطات المقترحة).

إن النسبة أقل ارتفاعاً مما هي عليه في الواقع، لأن عدداً كبيراً من المخطوطات مرفوضة للوهلة الأولى، حتى قبل أن توضع فوق مكاتب الناشر، في سياق لقاء عابر بين الناشر والمؤلّف الذي يستكشف الميدان. كما ينبغي أن تؤخذ في الاعتبار المخطوطات المقبولة والتي تنتظر طويلاً قبل أن ترى النور، لأسبابٍ مالية. إن عقد النشر يحدّد مهلة زمنية يغدو المؤلّف بعدها حراً في

عرض مخطوطه على ناشرين آخرين؛ ولكننا لا نعتقد أن المؤلفين الذين يخاطرون بذلك كثيرون، نظراً للمصاعب التي يواجهها الشبّان منهم بوجه خاص، في جعل مخطوطاتهم مقبولة. وبالتالي فإن قسماً كبيراً من الإبداع الأدبي، وبوجه أعم، من الإنتاج الفكري لا يطول القرّاء الذين كان من الممكن أن يجدوا فيه فائدة.

مع ذلك، فإن المخطوطات الجيّدة لها حظوظ في رؤية النّور، عندما يكون عدد الناشرين كبيراً، وتكون سياسات النشر متباينة، والاختصاصات متنوعة، ويكون الجمهور واسعاً كفايةً، وتكون اهتماماته متنوعة بشكل كافٍ لتسويغ نشر عملٍ صعب. لقد رأينا أنّ الناشرين اللبنانيين لا يتمايزون باختصاصاتٍ متنوّعة[١٤]، وأنّهم لا يصدرون السلاسل المتخصّصة بواسطة مدير أدبي تكون شهرته كافيةً لضمان أعمال المؤلفين غير المعروفين بعد.

هناك نحو نصف الناشرين (٤٨,٨٪) يرفضون تحديد اختصاصهم. لقد تجلّى فقط اتجاهان كبيران في سياسة النّشر: النشر الديني والنصوص التراثية من ناحية، والنشر الجامعي، مع قليل من التخصص، في مجالات الأدب والعلوم الاجتماعيّة والتاريخ، من ناحية ثانية. إنّ الموضوعات المرفوضة بدايةً عددها محدود: الحياة الجنسية (٦,٧٪)، كتب بوليسية (١٤,٨٪) كتب سياسيّة (١٠,٣٪)، أما الشِّعر فهو سيء الاستقبال، إذ يعتبر من المجالات التي يكون النجاح فيها عشوائياً (١٨,١٪).

في هذه الظروف والشروط، وفي غياب الاختصاصات المحدّدة، تغدو طلبات الجمهور المشتري هي المعيار الأهم: ٢٤٪ من الناشرين يعتبرون حاجات السوق العربية بمثابة المعيار الأهم في اختيار المخطوطات، هناك ٣٤٪ فقط يأخذون في الاعتبار الأهمية العلمية للموضوع، ولكن الأمر ربما يتعلق في ذهنهم بكون الموضوع جديداً بدلاً من أي شيء آخر، وهذا يعني مجدّداً العودة إلى حاجات السوق العربيّة.

والحال، فإن الجمهور العربي المثقّف لا يبدو واسعاً كفايةً، ولا تبدو اهتماماته متنوّعة بشكل كافٍ لتسويغ نشر كتب في ميادين متخصصة أو لا تزال جديدة، فموضوعات العلوم الاجتماعية والتاريخ التي تهمّ كل متعلّم، بلا تمايز في الاختصاصات، لا يطبع منها سوى ٣٠٠٠ نسخة؛ والموضوعات الأشد تخصصاً، كاللسانة أو الهندسة مثلاً، لا يطبع منها سوى ٢٠٠٠ نسخة فقط. إن ضيق الجمهور العربي المتعلّم يفسّر غياب السلاسل المختصة بموضوعات محدّدة، ويفسّر بوجه أعم انعدام التخصص أو نقصه في النشر، إنّه سبب رفض مخطوطات ربّما تكون مفيدة جداً.

كما ترفض أعمال المؤلفين الشبّان. فبالنسبة إلى ١٨,١٪ من الناشرين، تعتبر شهرة المؤلف العامل الأهم في اختيار مخطوطته. فمن أصل مجموع المؤلفين، هناك فقط ١٨٪ رأوا ولادة كتابهم الأول لدى ناشرهم الحالي. فالناشرون عندما يوافقون على نشر أعمال جديدة، إنما يتفاهمون مع المؤلف على تقاسم المخاطر (٥,٦٪) أو في معظم الأحيان يحمّلونه نفقات النشر كاملةً (٤٠,٣٪). عندئذ يهتم الناشر بمراقبة التنفيذ والتوزيع، مقابل نسبة مئوية على المبيع. هذه بوجه خاص حال الأعمال الشعرية والأدبيّة. ونلاحظ أن التخصص في الكتب الدينية شهد نسباً مرتفعة من المؤلفين الشبّان، خلافاً لمجالات مثل الأدب والعلوم الاجتماعية والفلسفة أو التاريخ.

للناشر سلطة كاملة في مسار النُّخب والانتقاء، يمكنه أن يرفض اتاحة الفرصة أمام مخطوط ليكون موضع درس: هناك ٥٠٪ من الناشرين يرفضون المخطوطات من قراءة عنوانها فقط، أو من نظرته إلى المؤلّف، وهناك مخطوطات أخرى تُقبل حتى قبل قراءتها: ٣٠٪ من الناشرين يقبلون مخطوطات بسبب اسم مؤلفها فقط.

ولدرس المخطوطة، يستعين النّاشر بمستشارين خارجيين (٣٨٪)، لكنه غالباً ما يتولّى قراءتها بنفسه (٣٦٪)، وأحياناً يكون هناك قرّاء من بين الموظفين في المنشأة (١٧,٦٪)، ولكن نادراً ما يكون فيها مدراء أدبيّون (٥٪)، فالناشر هو

الذي يتخذ القرار النهائي بمفرده، حتى عندما يستشير أساتذة أو نقّاداً. وبالتالي يجمع بين الوظائف الأدبية والمهام التجاريّة، الأمر الذي يسمح للجوانب التجارية بالتداخل والتشابك مع الخيارات الأدبيّة. وأن غياب مدير أدبيّ يبعد منشأة النشر عن الوسط المثقّف، على الرغم أن التبادل الثقافي بينهما ضروري لتجدّد الانتاج المنشور. وسنرى لاحقاً أن ليس هناك عودة للمعلومات، وأنّ النقد لا يطول الناشر في خياراته وقراراته الأدبيّة.

يتدخل الناشر، أو القرّاء التابعون للدار، في النص المرشح للنشر: ٣٥,٧٪ يتدخلون في شكل العرض، وهذا يشكل جزءاً من وظائف الناشر العاديّة، ولكن ٢٧٪ يجرون تعديلات على مستوى أسلوب العمل، و ٢٤٪ على مستوى المضمون. إن تعديلات الأسلوب محدودة، والأمر يتعلّق فقط بتصويبات نحويّة أو صرفية، لكنّ تعديلات المضمون يمكنها أن تكون أوسع: على هذا النحو يمكن إجراء تقطيعات في النّص، لتلبية مختلف متطلبات رقابة البلدان العربية[١٥].

إن الاستنتاجات التي يمكن استخلاصها بالنسبة إلى الانتاج الفكري، مهمّة:

١ ـ فقد رأينا سابقاً أنّ الناشرين كانوا يفضلون، غالباً، الإعادات على العناوين الجديدة (لنتذكّر أنّ ٣٤,٧٪ هو المعدّل السنوي للإعادات عند كل ناشر). وبما أنّ قدرة التثمير محدودة، فإن الإعادات تتغلّب على نشر العناوين الجديدة. وخلافاً لما يجري في المنشآت الكبرى، ذات الرساميل الضخمة، حيث الخطر المُتجشم من جرّاء نشر أعمال جديدة، صعبة أو متخصصة جداً، يُغطّي من خلال عدد المنشورات الكبير، فإن الحجم الصغير للانتاج يجبر الناشر اللبناني على حصر مخاطره. إن الفرص المُتاحة أمام الإبداع محدودة جداً.

٢ ـ الناشر ينفرد في قرار النشر واختيار العناوين الجديدة، إذْ لا يمكن للجوانب التجارية إلاّ أن تتداخل مع الخيارات الأدبيَّة؛ إنها تملي سياسة النشر، دون أنْ تتعدَّل من جرّاء آراء الوسط المثقّف.

٣ ـ في مجال البحث عن أرباح مضمونة جداً، لا يكتفي الناشرون بميدان متخصص، وكلّهم تتشابه سياساتهم في النّشر، من هنا الصعوبة التي يواجهها المؤلّف الشّاب في ايجاد ناشر.

٤ ـ النصوص المأثورة (الكلاسيكية) تنافس المؤلفين؛ فهؤلاء لا يجدون لعملهم إلاّ منافذ قليلة، وعندئذٍ يكونون في حالة استتباع تجاه الناشر الذي يوافق على نشر أعمالهم. وحدهم الأساتذة الجامعيون الذين يحظون بجمهور كبير من الطلاّب، هم في وضع قوي بالنسبة إلى نشر مؤلفاتهم الأكاديميَّة. لكنّهم سيلحقون ركب المؤلفين الآخرين، إذا اختاروا أن يكتبوا عملاً أدبيّاً روائيّاً أو شعريّاً!

٥ ـ على صعيد الأدب، لا يجد ناشراً سوى الكتّاب من المشاهير، ولكن عليهم قبل أن يصبحوا من المشاهير، أن يتحملوا بأنفسهم مخاطر نشر كتبهم.

٦ ـ كما رأينا أيضاً أنّ الناشر ذو سلطة كاملة، ليس على صعيد انتقاء المخطوط المرشح للنشر وحسب، بل أيضاً على صعيد اختيار شكل النشر والغلاف، وإلى حدٍّ ما، الجمهور الذي يخاطبه الكتاب، كما أنّ قنوات الترويج تخضع لاختيار الناشر، الذي يتولى التوزيع أيضاً. ويمكن للناشر أن يكون عقبة أمام الاتصال بين المؤلّف وجمهوره المتخيّل، سواء باختياره السوق أم بتحديده سعر الكتاب.

٧ ـ إنّ ضرورة التكيّف مع الرقابة في مختلف الأقطار العربيَّة، التي لكلٍّ منها شروطها وممنوعاتها الخاصة بها والمتباينة غالباً، إنّما تملي خيارات الناشر وتدخّله في مضمون الكتاب. ومع ذلك، فقد سبق لهذا المضمون أن خضع لرقابة المؤلّف الذاتيّة، حين خضع للقيود والإكراهات الأخلاقيّة المرتبطة بموقع المؤلّف الاجتماعي/ المهني. والحال، يمكن القول إنّ الناشر اللبناني هو عامل احتجاز للأفكار الجديدة، نظراً لأنّ هذه القرارات إنّما تمليها السوق المرجوة.

الفصل الرابع

التصنيع والتوزيع

رأينا في الصفحات السابقة تأثير الناشر على الانتاج الفكري: فهو لا يجري فقط عمليّات فرز ويحذف جزءاً من الإبداع الفكري لاعتبارات إتجاريّة، بل يؤثّر أيضاً في مستقبل مشروع الاتصال والإبلاغ، حين يقرّر مقاسات النشر وأشكالها، وشروط مقروئيّة العمل، وسعره وقنوات توزيعه.

نود أن نبين الآن ما هو السوق المتوقّع، ومن هو القارىء الذي تستهدفه جميع القرارات المتعلّقة بتصنيع الكتاب المُنتقى وتوزيعه. نفترض أنَّ ثمَّة فارقاً بين القرّاء الفعليّين ومشتري الكتاب، إذ إنّ كل مشترٍ لا يتزوّد بالكتاب بغية قراءته، بل يتزوّد به لدواعٍ شتّى، منها «رمز الموقع الاجتماعي»، وإننا لنخشى من أنَّ الناشر اللبناني حين يتوجّه الى المشتري بوجه خاص، يكون قد ابتعد عن حاجات القرّاء العرب واللبنانيّين، واكتفى بانتاج متحجّر، حيث تكون الأوليّة للكتاب ـ التحفة على المضمون ذاته.

١ ـ التصنيع، القياس، الإصدار والكلفة

تهمنا من مرحلة تصنيع الكتاب فقط القرارات التي يتخذها الناشر، والتي تتعلّق بتركيب الكتاب ومقاسه وعدد نسخه، نظراً لأن هذه العوامل تحدد شروط الوصول الى الكتاب، وتعتبر دليلاً على الجمهور الذي ينشده الناشر.

التركيب والإخراج الفني

إنّ تركيب الكتاب عمل فنّي يستلزم اختصاصيّاً، لكن الناشر في المنشأة الحرفيَّة قد يهتم شخصياً بهذا الجانب، ويقوم التركيب على إخراج الصفحات واختيار المقاس والحروف المستعملة، وكثافة الطباعة، وإخراج الرسوم والصور، الخ . . . وهي كلها عوامل تحدّد عدد الصفحات، وهذا العدد، بدوره، يعتبر أساسياً في حساب كلفة التصنيع.

لا بد من اعتبار عدّة عوامل في تركيب الكتاب؛ يأتي في مقدمتها مناسبة شكل الكتاب مع مضمونه: مثل الكتاب الفنّي في طبعة أنيقة، الكتاب الأدبي في طبعة رصينة ونوعيّة. . . والعامل الثاني هو وضوح الصفحة، مقروئيتها ومعقوليتها وفقاً للمستوى التربوي للجمهور المنشود: فمثلاً كتاب الأطفال لا يمكن أن يُطبع بحروف صغيرة ومضغوطة مثل كتاب الجيب. كذلك لا بد من البحث عن الجاذبية التي ينبغي لشكل الكتاب أن يمارسها على المشترين، مع أخذ كلفة التصنيع في الاعتبار، والتي لا يجوز أن تكون سبباً في صدّ الجمهور المتوقّع.

كما تتدخل في تحديد كلفة التصنيع، نوعية الورق، والغلاف المختار وطرق الطباعة، وعلى هذه الأخيرة، تتوقّف جودة إعادة طبع الصور ونوعية الطباعة بعامة؛ ولكنها في المقابل تسمح أيضاً باصدارات كبيرة أو صغيرة. إن استعمال مطابع الصحف، مثلاً، قد انتشر في طباعة الكتب الشعبية، إذ إنّ الإصدارات الكبرى تسمح بخفض كبير لكلفة الكتاب.

لقد نجح كتاب الجيب، وهو ثورة القرن العشرين في مجال الثقافة، في إقامة التوازن بين مختلف العوامل الواردة أعلاه، فطباعته، خلافاً للكتاب الشعبي الذي يروجه الناشر الجوّال[1]، واضحةٌ، على الرغم من كون الأحرف صغيرة؛ وخياطته متينة، وغلافه جذّاب بألوانه الحيَّة، بصوره أو برسومه الجميلة؛ وهو يُسحب بعدد كبير من النسخ (٦٠ ألف نسخة)، ولا يتجاوز سعره أجرة ساعة

عمل، بينما سعر المنشورات للجمهور المثقف تعادل على الأقل أجرة عامل ليوم كامل. إن أول كتاب جيب (Penguin paperback) ظهر في إنكلترا سنة ١٩٣٥، وفُرض ككتابٍ شعبي من قبل الجمهور الذي كان آنذاك في أمسّ الحاجة اليه: ديمقراطيّة الثقافة، شمول القراءة لفئات عريضة من المجتمع، حاجة التسليات، اتساع فكر الجماليّات الصناعية التي تخلق الحاجة إلى إطار وأغراضٍ جميلة في الحياة اليوميّة[٢].

أما الكتاب العربي المطبوع فقد ظلّ بشعاً لوقتٍ طويل: فقد كانت القيود المفروضة على الاستيراد من قبل بعض الأنظمة العربية تفرض، وما زالت تفرض، استعمال ورق من النّوع الرديء، مصفر وعديم المقاومة، وهو الورق نفسه المستعمل في الجرائد؛ وكانت الأحرف مضغوطة لدافعٍ اقتصادي؛ والرسوم مطبوعة بشكل رديء لدرجةٍ أنها تبدو غير قابلة للقراءة؛ يضاف الى ذلك عدد الأخطاء المطبعيّة الناتجة عن مستوى عمال الطباعة الثقافي المتدني جداً.

ولقد تميّز الكتاب المنشور في بيروت بنوعيّة ورقه وطباعته، وهذا جانب من جوانب التفوّق اللبناني على النشر العربي. فالأهمية التي اكتسبها الكتاب اللبناني في السوق العربيّة شجّعت على تجديد الآلات وتحسين نوعية العمل المقدّم. فمنذ «الازدهار» الاقتصادي المفاجىء للأقطار النفطيّة، صار الكتاب الكويتي ينافس الكتاب المنشور في لبنان، لكن الكتاب الكويتي، حسب علمنا، لم يُدخل بعد رسم الغلاف الجذاب، وفقاً لأحدث الأساليب والطرق التي تمارسها بعض دور النشر اللبناني.

مع ذلك، ولئن كانت التقنيات الحديثة لطباعة الكتاب وتصنيعه قد أُدخلت إلى لبنان، فإنها لم تحمل معها مفهوم كتاب الجيب. فحتى عندما يُسحب من الكتاب ٣٠ ألف نسخة، أو مئة ألف نسخة، فإنه لا يغدو شعبياً. وسنرى أن الأمر على العكس تماماً.

الإصدار

متوسط الإصدار هو ثلاثة الآف نسخة، وإن بعض الدور التي تملك مطابعها الخاصة، تكتفي بألفي نسخة، وعلى هذا النحو تخفّف المخاطر بخفضها عدد النسخ المطبوعة. كما أن المنشورات في مجالات متخصّصة، خصوصاً في اللسانة والعلوم التطبيقية، الخ . . . ، لا تتجاوز الألفي نسخة.

أما كتب الراشدين التي تتناول الفلسفة والاجتماعيات والاقتصاد والأدب، فيسحب منها ثلاثة آلاف نسخة. وتشكل استثناءً من بين المؤلفات الجامعية بعض العناوين منها «مقدّمة» ابن خلدون ومؤلفات عبدالله العروي التي تشهد طلباً كثيفاً ويُطبع منها خمسة آلاف نسخة. أما كتب الأطفال، القواميس والمعاجم، الكتب الدينية ونصوص الأدب والتاريخ المأثورة، تطبع في عشرة آلاف نسخة على الأقل أما كتب التاريخ الحديث والسير والروايات فخمسة آلاف نسخة لكل منها.

وتشهد بعض شروحات القرآن، مثل شرح ابن كثير وتفسير الجلالين، والطبعات الفخمة للقرآن أو الأناجيل، أكبر عدد من الإصدارات، من ٣٠ ألف إلى مئة ألف نسخة.

الأشكال الفنية

إن الأشكال الفنية المعتمدة في صنع الكتاب اللبناني هي:

١ ـ الكتب المجلّدة فنياً والتي يميز فيها بين الكتب ذات الورق العادي والكتب ذات الورق الفخم.

٢ ـ الكتب ذات الغلاف الورقي، وهي متينة، مطبوعة على ورق من نوعيّة متوسطة، مع غلافات جميلة أنيقة أو زاهية.

٣ ـ الكتب الشعبية المطبوعة على ورق من نوعية رديئة، مصفر وسريع التلف، وطباعتها سيئة وكذلك خياطتها.

لم نجد في الانتاج اللبناني معادلاً لكتاب الجيب. فالكتاب الجماهيري يبدو

كأنه مرادف للكتاب السيء النّوعية. لذا، فإن الناشرين الذين سألناهم عن مقاسات منشوراتهم، أعلن ٦١٪ منهم أنّهم لا ينشرون كتباً شعبيّة، ولكننا نلاحظ في أجوبتهم موقفاً نخبوياً أيضاً: ٥٢٪ يرفضون رفضاً باتاً النّشر للجمهور العريض. وفي المقابل، فإن استعمال الغلاف المجلّد، الذي يحوّل الكتاب إلى سلعة فخمة، شامل وعام: إذ إن ١٥٪ من الناشرين ليس عندهم كتب مجلدة، و ٣٦٪ يجلّدون أكثر من نصف منشوراتهم.

إن الكتب المطبوعة طبعة شعبية هي الروايات والطرائف وتعليم اللغات ومواضيع الساعة، وكذلك كتيبات التعليم الديني وحياة الأولياء أو الأسماء الكبيرة في الإسلام، الخ... وتشكل كتب الجمهور العريض ما لا يزيد عن ١٥٪ من مجمل العناوين الصادرة عن مجموع الناشرين.

أما الكتب المجلدة بالغلاف الورقي من النّوعية المتوسطة فتتناول شتى المواضيع الأكاديمية، وإن مأثورات الأدب، مع شرحها والتعليق عليها، تحاذي الدراسات المعاصرة في العلوم الإنسانيّة وترجمات كتب العلوم التطبيقية والأبحاث العقائدية للعلماء الحاليين.

في المقابل نجد أن مأثورات الإسلام الكبرى مجلّدة، والواقع أنّ الناشرين الذين سألناهم عن الحالات التي لا بد فيها من التجليد، أشار ٢٥٪ منهم إلى النصوص القديمة، الدينية بوجهٍ خاص (٢, ١١٪) ومجموعات الأعمال الكاملة لهواة المكتبات (١٤٪). وبالإجمال، يبلغ عدد الكتب المجلّدة ٦١٪ من مجموع الانتاج.

ومما يلاحظ أنّ الكتب المجلّدة تجليداً فنياً تنتمي الى عين الفئة الموضوعاتية التي تنتمي اليها الكتب ذات الإصدارات الكبرى: الكتب الدينية والنصوص التراثية غالباً ما تكون مجلّدة فنياً ويتجاوز إصدارها العشرة آلاف نسخة. وبالتالي، يبدو الإنتاج الفاخر أكثر مردودية، ونشره أكثر اتساعاً من المنشورات التي تخاطب جمهوراً أكثر تواضعاً.

إن الوضع معاكس للمسار السائد في البلدان الغربيَّة. ففي هذه البلدان، يُنشر الكتاب بطبعة ثمينة للنخبة المثقفة أولاً، ويُجرب في هذا الوسط الذي يُقرر نجاحه، ثم عندما تنفد طبعته الثمينة، يعاد طبعه في طبعة رخيصة ويجري ترويجه على صعيد أكبر في أوساط الجمهور العريض الذي يعطيه حياة جديدة.

لا يمكن نقل هذه التجربة إلى النشر اللبناني، نظراً لأن الكتب المجلّدة فنياً يجري إصدارها في عدد من النسخ أكبر من الكتب العادية. فالناشرون لا يستشعرون الحاجة إلى عرض انتاجهم على جمهور عريض لأنَّ النشر الشعبي لا يوسع انتشار الكتاب: ٥٧٪ يرفضون فكرة نشر العنوان ذاته بطبعتين، و٣٧٪ يمارسون نشراً بطبعتين، لكن الأمر في الحالتين يتعلّق بمنشورات مجلّدة، فنياً مع تباين في نوعيَّة الورق.

والحال، لا يزال النشر اللبناني نخبوياً، ويتجنَّب الانتاج الشعبي، ويفضل أن يتوجّه الى جمهور مثقَّف جامعي أو الى المشتري من هواة المكتبات الذي يرغب في جمع كتب تراثية. كما أنَّ رصد الأسعار سيبين أن لا وجود للانتاج الشعبي في المعنى الحقيقي للكلمة، أو على الأقل إن هذا الانتاج لم يفرض نفسه بعد كنوعٍ متميّز، على غرار كتاب الجيب في الغرب.

الأسعار

إن كون النّاشرين يسعون وراء هواة الكتب/ التحف، وكونهم لم يطوّروا بعد سلاسل ذات طبعات شعبية، إنما يبين كفايةً عدم وجود جمهور قراء محتملين، كبير العدد، يكون سعر الكتاب المرتفع هو العائق الوحيد أمام سعيه لاختيار قراءاته. فربما تكون القراءة ظاهرة خاصة بنخبةٍ مثقّفة، محفَّزة تحفيزاً كافياً لتخصص ما يعادل أجر يوم عمل لشراء كتاب.

لم تشهد الأسعار المعمول بها تباينات كبيرة، والفوارق الوحيدة التي أمكن لحظها، تميّز بين الكتب المجلَّدة والكتب العادية. وفي داخل كل فئة تتشابه

الأسعار. لقد رصدنا الأسعار للعام ١٩٨٥، قبل انخفاض قيمة الليرة اللبنانية، وكانت حينذاك لا تزال قابلة للمقارنة بالأجور اللبنانية.

سنة ١٩٨٥ كان سعر كتاب عادي من ٢٥٠ صفحة تقريباً، يتراوح بين ٢٥ و٤٥ ليرة لبنانية، الأمر الذي كان يعادل في ذلك الوقت أجر يوم عمل من الحدّ الأدنى للأجور، وبالتالي يعتبر الكتاب العادي خارج متناول أكثرية القرّاء المحتملين، فهؤلاء يفضّلون إشباع حاجتهم من القراءات عبر شراء مجلّات أسبوعيّة أو شهرية، أرخص سعراً من ٥ إلى ٨ مرّات.

لكي يوجد الكتاب الذي يحقق انتصاراً شعبياً، لا بد أن لا يتجاوز سعره سعر المجلة كثيراً. هناك دار نشر وحيدة تنتهج هذه السياسة[٣]. فسعر الكتب التي تنشرها لا يتعدّى ١٠ إلى ١٥ ل.ل. وهذه الكتب تتعلّق بسير المغنين أو الممثلين، وبروايات سهلة وألعاب ونوادر، الخ . . . وكلها مجالات مطبوعة بطابع وسائل الإعلام الجماهيري، بالإضافة إلى أن رداءة نوعية الورق والطباعة لا تسمح بمقارنة هذه المنشورات بكتاب الجيب.

أما الكتاب المجلّد فسعره مضاعف، إذ يتراوح بين ٧٥ و ١٠٠ ل. ل. حتى أن بعض الدور تعرضه بسعر ١٥٠ ل. ل.، وهذا باهظ جداً بالنسبة إلى تلك الفترة ولا يمكنه أن يحظى باهتمام قارىء الطبقة المتوسطة.

ولذلك وجدنا في طبعات الكتب وأسعارها المتداولة الفئات الكبرى للكتاب التي لحظناها سابقاً:

١ ـ الكتاب الجامعي، في الفلسفة والاجتماعيّات والعلوم، يُطبع في ٣٠٠٠ نسخة وسطياً، وينشر ٢٠٪ من الناشرين (يصرّح ٢٠٪ أنهم لم يتجاوزوا أبداً الـ ٤٠٠٠ نسخة).

٢ ـ كتاب الجمهور المثقف، يجري طبعه في ٥٠٠٠ نسخة، ويمكنه أن يصل الى ٨٠٠٠ نسخة بالنسبة الى المؤلّفين المرموقين جداً ولبعض العناوين ذات الفائدة العامة، وهو كتاب عادي الغلاف وسعره يعادل أجر يوم عمل بالحد

الأدنى للأجور. فيختص بجمهور من المثقّفين الذين لهم حوافزهم الكامنة للتضحية بجزءٍ من أجورهم لشراء كتاب. هناك ٢٨٪ من الناشرين يطبعون ما بين ٥٠٠٠ و ٨٠٠٠ نسخة من الكتاب الواحد.

٣ ـ كتاب الجمهور العريض، يُطبع منه ١٠٠٠٠ نسخة على الأقل. والمقصود بكتاب الجمهور العريض: القواميس والمعاجم، بعض الروايات، ولكن المجال الأهم هو مجال الدين بلا شك. ففيه تشهد الكتب طبعات تبلغ ١٥٠٠٠ نسخة، ويمكنها أن تصل إلى مئة ألف نسخة في بعض العناوين، مثل التفاسير المأثورة للقرآن أو الطبعات الفخمة للنص القرآني ذاته. في معظم الأحيان يكون الكتاب من هذه الفئة مجلداً فنياً ومعروضاً بأسعار باهظة بالنسبة إلى قارىء الطبقة المتوسطة. وهذا النوع من الانتاج يهم ٤٣,٧٪ من الناشرين اللبنانيّين، ويكتفي ٢٧٪ من هؤلاء بطبعات من ١٠٠٠٠ نسخة، ويصل ١٦,٧٪ منهم إلى حد الـ ٣٠٠٠٠ نسخة وأكثر.

كما ينبغي أن يحسب في هذه الفئة كتاب الأطفال الذي يطبع في ١٠٠٠٠ نسخة والكتاب المدرسي الذي يطبع منه ٣٠٠٠٠ نسخة.

٢ ـ الجمهور المتوقَّع

لمن ينتج النّاشر؟ من هو المتلقي النهائي الذي تتحدد، بالاستناد اليه، متغيّرات المقاس والطبعة والسعر... الخ المذكورة أعلاه؟ إنه لا ينضم الى المحاور الذي كان يكتب له المؤلّف، نظراً لأنَّ تدخل الناشر يغيّر من وجهة الكتاب، فيوجّهه الى المشتري قبل أنْ يوّجهه إلى القارىء النهائي. زد على ذلك أن المشتري والقارىء يختلطان ويلتبسان في ذهن الناشر. ومثال ذلك أننا أحصينا في المقابلات الحرَّة عبارة «يقرأ» و «يشتري» المتكرّرة ٢٢ مرَّة على حدٍّ سواء. ولكن إذا أمكن التأكد من فعل الشراء، فإن فعل القراءة يظل مشكوكاً فيه: فهناك عدد من التأكيدات على فعل «يقرأ» مساوٍ لنفي الفعل «لا يقرأ».

تندرج في تعريف الناشر لجمهوره، المعرفة التي كوّنها عن نتيجة المبيعات من خلال الاتصال المباشر الذي تؤمّنه له المعارض (٨٠,٦٪ من الناشرين اللبنانيين يشاركون في معظم معارض الكتب التي تقام سنوياً في مختلف العواصم العربيَّة) من جهة؛ وصورة القارىء النَّظري من جهة ثانية، حيث تتدخل منظومة قيم الناشر، والتقويم المفرط للشهادات، وازدراء الفئات الشعبيَّة والشعور بالتميّز من خلال الخدمات المقدَّمة للجامعيين وحدهم.

الفئات العُمْرية

بيَّنت دراساتٌ عن القراءة في أوروبا[1] أن سنَّ القراءة المرتفعة تقع في حدود الـ ١٤ ـ ١٥ سنة، وأن طلبات القراءة تأخذ بالانخفاض بعد هذا السن، وتبلغ أدنى حدٍّ لها في حدود الـ ٣٥ ـ ٤٠ سنة، وهو العمر الذي يكون فيه الرجل والمرأة في ذروة نشاطهما المهني والاجتماعي، فلا يجدان الوقت للقراءة. ولئن كانت دراسات كهذه غير متوافرة بعد في لبنان وبقية الأقطار العربية، فإن من الثابت أن الفئة العمريّة ما بين ١٤ و٢٠ سنة تحتاج لأن تعرض عليها قراءات كثيرة، اذا ما أُريد لعادة القراءة أن تكون شائعةً وعامَّة في المستقبل.

واستناداً إلى نتائج استطلاعنا الميداني، حصلنا على التوزيع التالي:

- ١٣,٨٪ من الناشرين يفضّلون النشر للأولاد دون سن الـ ١٥.
- ٠٣,٨٪ من الناشرين يفضّلون النشر للشبان ما بين سن الـ ١٥ والـ ٢٠
- ٣١,٣٪ من الناشرين يفضّلون النشر للراشدين ما بين سن الـ ٢٠ والـ ٣٥.
- ٢٢,٥٪ من الناشرين يفضلون النشر للراشدين ما فوق الـ ٣٥ سنة.
- ٢٦,٣٪ من الناشرين لا يفرّقون بين الفئات العمرية.

نلاحظ بالتالي، أن توزيع أجوبة الناشرين اللبنانيين لا يشجع قراءة الشبان، خصوصاً في سن تتراوح بين ١٥ و ٢٠ سنة (٣,٨٪ فقط يفضلون النشر لهذه

الفئة). وفي المقابل، هناك عدد كبير من الناشرين الذين ينشرون للفئة العمرية المتقدمة والتي تقرأ قليلاً (٢٢,٥٪ ينشرون لفئة العمر ما فوق سن الـ ٣٥). الأمر الذي يدعو الى الاعتقاد بأن الناشرين لا يضعون أمام ناظرهم القرّاء الفعليين، بل مشتري الكتب: إن الراشدين ما فوق الـ ٣٥ سنة، الذين يملكون قوّة شرائية أكبر، هم الذين يحظون باهتمام الناشرين، كما أنَّ هؤلاء يهتمّون أيضاً بمنشورات الأطفال دون سن الـ ١٥، نظراً لأن هؤلاء الراشدين أنفسهم هم الذين يشترون الكتب للأطفال. وفي المقابل، لا يملك الشبّان ما بين سن الـ ١٥ والـ ٢٠ القدرة الشرائية، لكنّهم باتوا مستقلين عن ذويهم بخصوص اختيار تسلياتهم، وبالأخص مسألة اختيار قراءاتهم.

لا يملك الشبّان في مجتمعنا إمكان إشباع حاجاتهم من القراءات: بسبب العمل المدرسي المُثقل جداً، وغياب المكتبات المدرسية التي من شأنها أن تكسبهم عادة القراءة وأن تتيح لهم الفرص لإشباع حاجتهم، وبسبب من التبعية للراشدين. . . وإن الاهتمام القليل الذي يخصّصه لهم الناشرون، إنما يزيد أيضاً من بعدهم عن القراءة. ولم نجد في قوائم المطبوعات التي أحصيناها سوى قليل من المنشورات المخصصة للمراهقين، بالعربية.

لدى دخول الشبّان إلى الجامعة يجدون أنفسهم أمام ظروفٍ تسهّل لهم الوصول إلى الكتب: فهم يتمتعون بحرية أكبر وبموازنةٍ لشراء الكتب. وتقدّم لهم الجامعات مكتباتها، وتشجعهم الدراسات الجامعيَّة على القراءة. وعندما يدخلون الحياة المهنية، لدى خروجهم من الجامعة، تظل ترافقهم ولبضع سنوات، عادة شراء الكتب واستعمالها. إن فئة القرّاء ما بين سن العشرين والخامسة والعشرين هي التي تطلب القراءات اكثر من سواها، وهي التي يتعين أن يتوافر لها تجديدٌ دائم في العناوين. ومع ذلك، هناك فقط ثلث الناشرين اللبنانيين الذين يهتمون بهذه الفئة فعليّاً. فإن كانوا يعلنون من جهة أنهم ينشرون للجامعيّين، فإنهم من جهة ثانية يناقضون مزاعمهم حين يحصرون جمهورهم في حدود فئة ما فوق الـ ٣٥ سنة.

المستوى الثقافي

تشكّل المنشوراتُ للجامعيّين ٣٩٪ من مجمل العناوين المنشورة، وينتجها ٤٧٪ من الناشرين، ولا يتجاوز إصدارها الـ ٨٠٠٠ نسخة.

على الرغم من المبالغة في تقويم الشهادات(٥)، فإنّ ٥٢٪ من الناشرين يعلنون أنّهم لا يصدرون منشورات جامعيّة، إلا أننا رأينا من جهة ثانية أنّ ١٦٪ من الناشرين يرفضون نشر كتاب شعبي. إنهم يحتقرون الجمهور العريض ويرغبون في حصر منشوراتهم بالنخبة. ولئن كانوا لا يرغبون في نشر كتاب جماهيري ولا في نشر كتب للمثقّفين، فمن الممكن الافتراض أنّ النخبة المنشودة ما هي إلّا نخبة ماليّة.

والواقع، إنّ الجمهور العريض كما يتصوّره الناشر ليس هو الطبقة الأكثر تواضعاً: ففي مجتمعٍ لا تكون فيه الدراسات الثانوية والجامعية عامّة وشاملة، ولا يكون المستوى الاجتماعي مرتبطاً مباشرةً بالمستوى الثقافي (نظراً لأن الثروة النفطيّة قد طرأت وتدخلت لقلبِ قواعد الارتقاء الاجتماعي)، ومع ذلك تظلّ فيه الثقافة رمزاً مقوِّماً، تُعرض الكتب المجلدّة، الجميلة للعرض والزينة كـ «رموز للموقع الاجتماعي»، وذات المواضيع المتعلّقة بالدين أو نصوص الأدب المأثور، وتُقدَّم لفئةٍ من المشترين الذين يملكون قوّة شرائيَّة كبيرة برغم محدودية ميادين اهتماماتهم. أما الأعمال الأدبيَّة المعاصرة فمخصصة لجمهورٍ مثقّف، لأنّها تخاطب رأياً أدبياً وعقلاً ناقداً.

يشتكي الناشرون من كون العرب لا يقرأون. ومع ذلك، أليس الناشرون أنفسهم هم الذين يشكلون حاجزاً أمام القراءة حين يوجهون إنتاجهم للفئة العمريّة الأقل تعطّشاً للقراءات؟ وهم حين يفضّلون الكتاب المجلّد على الكتاب العادي ألا يجعلون القراءة خارج متناول الفئات الاجتماعية الأقل حظوة والأكثر حرماناً؟

إن الجمهور النسائي في الأقطار العربيَّة، وفيه نسب البطالة المرتفعة وتوافر

أوقات الفراغ، ربّما يشكّل سوقاً محتملةً واسعة جداً، نظراً لتوسّع تعليم النساء وغياب وسائل التسلية والترفيه الممكن وضعها في تصرفهن. لقد تكاثرت المجلّات النسائيّة، ولكن النساء، مثل عامّة الناس، لم تؤخذ في الاعتبار على صعيد الكتب. هناك ٦٢,٥٪ من الناشرين لم يقدموا أي انتاج يخاطب النساء، وهناك ٢٧,٨٪ يخصصون لهنَّ أقل من ١٠٪ من انتاجهم، ويخصّص لهن ٨,٣٪ ما بين ١١ و٢٠٪ من منشوراتهم، ويتوقّع فقط ١,٤٪ تخصيص ما بين ٢١ و٤٠٪ من عناوينهم للنساء. والموضوعات المخصّصة لهنّ تدلّ على صورة المرأة. فمن جهة، تربية أطفال، كتب طبيّة مبسّطة، وكتب نفسيَّة ومطبخيّة عامّة، ومن جهة ثانية، كتب ذات توجّه فكروي (ايديولوجي)، تحرير المرأة بالنسبة الى بعض الناشرين، وتوجيه ديني بالنسبة الى بعضهم الآخر. والروايات لا تتوّجه اليهن بوجهٍ خاص، ربّما لكي لا تحفز خيالهنَّ وتخيلاتهن!

اختيار قنوات التوزيع

إن الموقف النخبوي الذي يقفه الناشرُ إنما يكبح انتشار الكتاب: فعلاوةً على الأسعار المرتفعة وعمليّة تجليد الكتب لتحويلها إلى سلع فاخرة، تأتي القرارات المتعلّقة بتوزيع الكتب، لتوجّهها شطر المكتبات الكبرى فقط. فكون الناشر موزّعاً في وقتٍ معاً، يسمح له بتطبيق معاييره الانتقائيّة على قنوات توزيع منشوراته. هناك ٦٣,٨٪ من الناشرين، يوزّعون منشوراتهم عبر المكتبات الكبرى فقط. والحال فإن هذه المكتبات غير موجودة إلاّ في المدن الكبرى. ولن تصل الكتب إلى مدن المناطق الصغيرة حيث يجري البيع في محلات الكتب والقرطاسيّة، وسنجد فيها بوجهٍ خاص المنشورات المدرسية أو شبه المدرسية، إلى جانب المجلّات وعدد محدود من عناوين الكتب المخصصة للجمهور العريض، لا سيما مجموعات الروايات الخفيفة. هناك فقط ٢١٪ من الناشرين يوافقون على عرض انتاجهم في هذه المحلّات التي تبيع الكتب والمجلات والقرطاسيّة.

يتعينّ على الكتاب، لكي يطول إلى الجمهور العريض، أن يكون موضوعاً

في طريقه وبمتناول يده، نظراً لأنَّ المثقّفين وحدهم اعتادوا على ارتياد المكتبات. إن الدورة الشعبية لترويج الكتاب تشتمل على بسط صفوف الكتب فوق الرصيف، وأكشاك الجرائد وشتى نقاط البيع غير المتخصصة في مبيعات الكتب. لم نجد سوى ١٢٪ من الناشرين، يوافقون على رؤية انتاجهم معروضاً للبيع فوق الرفوف والبسطات الشعبية. إن الأهمية المخصّصة للإطار الذي يُباع فيه الكتاب، فضلاً عن صناعة الكتاب المجلّد، تؤكّد على أن الكتاب يُعتبر سلعة فاخرة، مخصصة للحفظ والعرض.

إن الحضارة الغربيّة المعاصرة تنزع الى اعتبار الكتاب نتاجاً يُستهلك ويُرمى، فيجري بيعه بسعر جريدة أو مجلة وحتى بسعر سندويش، ومثل هذا الأمر أتاح للثقافة أن تطول الى جميع الفئات الاجتماعيَّة. أما النشر اللبناني فيسير في اتجاه معاكس، سواء عبر سياسة الأسعار المرتفعة أم عبر الاكثار من المنشورات الفخمة. أما زلنا في مرحلة الثقافة النخبويَّة؟ إن تطور الكتاب كما تظهره البيبلوغرافيّات الجارية والممارسة النشريَّة، والهيمنة الراهنة للقوّة الشرائية في الأقطار النفطيَّة على سوق الكتاب، إنما تجعلنا نفترض أنَّ الأمر لا يتعلّق بمرحلة يكفينا اجتيازها والانتقال منها إلى الثقافة الديمقراطية، وهذا يجعل عبارة «أما زلنا» المستعملة في الجملة السابقة، غير ملائمة.

٣ ـ السوق

سندرس في الصفحات التالية التوزيع الجغرافي لمبيعات الكتب، من خلال علاقتها بموضوعات الانتاج وأنواعه؛ ووزن الدول العربية، كمستوردة، في السوق، ولكي نسبر مقدار هيمنتها وتأثيرها في النشر اللبناني.

لبنان

لا تزال أهميّة السوق اللبنانية ضئيلة بالنسبة إلى مجمل توزيع الكتاب المُنتَج في لبنان. إن هذه الأهمية تُحسب بالحجم الإجمالي للمبيعات، وليس بعدد العناوين، ومن هنا صعوبة تقديرها بدقة. فالناشر الفلاني يعلن مثلاً أنَّه وزّع

وروّج ٩٥٪ من انتـاجه في لبنـان، ولكن يتبينّ أنـه لم ينشر سوى ١٠ عنـاوين. سنصنّف الناشرين حسب الأهميّة النسبية للسوق اللبنانية في تـوزيعهم، دون أن نأخذ في الاعتبار الحجم الإجمالي لمبيعاتهم:

الفئة	التوزيع في لبنان	الأعداد
I	من صفر الى ١٠٪	٦٢,٥٪
II	من ١١ إلى ٢٠٪	٠٨,٣٪
III	من ٢١ الى ٤٠٪	٠٦,٩٪
IV	من ٤١ الى ٦٠٪	٠٦,٩٪
V	من ٦١ إلى ٨٠٪	٠٦,٩٪
VI	من ٨١ إلى ١٠٠٪	٠٥,٦٪
VII	بلا أجوبة	٠٢,٨٪

إن الناشرين، في أغلبيّتهم الساحقة، يوزّعون أقل من ١٠٪ من انتـاجهم في لبنان. ومما يلاحظ أن جميع أولئك الذين يعملون لأجـل السوق اللبنـانية تقـريباً (وهم ١٩,٤٪ ويبيعـون فيها أكـثر من ٤٠٪ من انتـاجهم)، إنمـا ينشرون كتبـاً دينية مسيحية أو كتباً مدرسيـة وشبه مـدرسيّة (يشـذ عن هذه القـاعدة فقط دارا نشر، لكنّهما داران جديـدتان ولم يتّسـع لهما الـوقت لتوسيـع نشاطـاتهما في اتجـاه الأقـطار العربيّـة). تقع معـظم المنشآت في المنـطقة الشرقيّـة من بـيروت. وأمـا الكتب العقـائديـة الشيعيّة فهي لبنـانية الى حـدٍ كبـير، إذ يبـاع ٣٠٪ من هـذه المنشورات في لبنان.

الأقطار العربيّة

قسّمنـا السّوق العـربيّة إلى أربـع منـاطق رئيسـة، وهي واردة حسب مـرتبـة الأهميّة، وفقاً لنتائج الاستمارة:

- أقطار الخليج ومن ضمنها المملكة العربيّة السعوديّة؛

- أقطار شمال افريقيا: المغرب، الجزائر، تونس؛
- مصر والسّودان وليبيا؛
- سورية والأردن والعراق.

تبيّن لنا في الواقع، من خلال المقابلات، أنّ في كل مجموعة من الأقطار الموزعة على هذا النحو، هناك قطر واحد مهيمن من حيث شراء الكتب، والمقصود: **العراق، مصر، الكويت، الجزائر**. وبالتالي فإنّ التوزيع حسب المناطق الجغرافية العامة سبب نقصاً في المعلومات.

من ناحيةٍ ثانية، تظلّ أهمية كل قطرٍ شديدة التقلّب مثال ذلك أن **العراق** كان المستورد الرئيس للكتب، لكنّ الاستيراد فيه توقف تقريباً أو كاد منذ حرب الخليج، بسبب تخفيضات في الموازنة. وفي ليبيا، حقّق الناشرون في الأعوام المنصرمة، مبيعات كبيرة، لكنَّ جميع المبالغ التي كانت مستحقة، لم تحوّل اليهم على الإطلاق، لذا كفّوا اليوم عن التعامل مع هذا البلد(1).

أخيراً، لم يكن تقسيم المناطق يحترم التناسق بين المنظومات الاقتصاديّة في الأقطار المدروسة. مثال ذلك في مجموعة شمال أفريقيا، تقوم الجزائر فقط بمراقبة الاستيراد؛ وبما أن الطلبيات تأتي من أجهزة حكوميّة، فإنها تختلف عن طلبيات القطاع الخاص في تونس مثلاً، وتعبّر عن سياسة إعلاميَّة أكثر مما تعبّر عن حاجات القراءة الملموسة، والحالة هذه تصحّ على العراق وسورية.

لقد ظهرت لنا في وقتٍ متأخر جداً، مكامن الضعف في التوزيع الجغرافي المستعمل، فلم نتمكّن من تعديله، ولم يكن أمامنا خيار آخر سوى استعمال المعطيات كما توافرت لنا. والى ذلك، نشكّ في كون الناشرين المستجوبين قد وافقوا على إعطاء المزيد من التفاصيل عن توزيع مبيعاتهم.

الخليج:

تشتركُ أقطار الخليج في قوّة شرائية جاذبة للناشرين اللبنانيّين، وفي منظومات

سياسيّة متناظرة، ورقابةٍ شديدة ذات معايير صارمة خصوصاً في ما يتعلّق بالقطاعات الدينيّة والنساء والسياسة والجنس.

إن سوق الكتاب في أقطار الخليج هي الأهم بالنسبة إلى النشر اللبناني. ولا يسعنا تقديم المعدّل العام لمحصلتها، نظراً لأن الأرقام المصرّح بها إنما جرى حسابها بعدد النسخ المباعة التي لا يمكننا معرفتها. سنصنّف الناشرين حسب الأهميّة النسبيّة لمبيعاتهم:

الفئة	التوزيع في الخليج	الأعداد
I	من صفر إلى ١٠٪	٢٠٪
II	من ١١ إلى ٢٠٪	١٧,١٪
III	من ٢١ إلى ٣٠٪	١٥,٧٪
IV	من ٣١ إلى ٤٠٪	١٢,٨٪
V	من ٤١ إلى ٥٠٪	١٠٪
VI	أكثر من ٥٠٪	١٠٪
	بلا أجوبة	١٤,٥٪

تشمل الفئة الأولى، الدور التي تقع في شرقيّ بيروت، والدور التي يديرها الاكليروس المسيحي، والدور ذات الاتجاه السياسي اليساري. أما الدّور التي تنشر موضوعات ذات اهتمام جامعي كالعلوم الاجتماعيّة والعلوم التطبيقية والفلسفة، فإنها توزّع ما بين ١٠ و ٢٠٪ من انتاجها في الخليج. ونجد في الفئات III و IV و V، جميع الدور ذات الإنتاج العام (نصوص أدبيّة وتاريخ بوجه خاص)، مع معدّلات مهمّة نسبياً للنصوص القديمة.

إن الفئتين V و VI مهمّتان (٢٠٪)، فهما تمثّلان الدور التي يتناول انتاجها الأساسي الدين والنصوص التراثية، ويجري تقديمها في كتب مجلّدة.

أما مقارنة هذه الفئات بالموضوعات الأكثر مبيعاً، فتظهر اهتماماً معيّناً بالكتب الدينية وبالنصوص التراثية.

شمال إفريقيا

الأنظمة السياسيّة متباينة، لكنّ الجزائر والمغرب وتونس تشترك في ما بينها بإرث الاستعمار الفرنسي، فهذه الأقطار التي لا تزال متأثرة تأثراً شديداً بالثقافة الفرنسيّة، تملك جامعاتٍ متطورةً وطبقةً مهمّة من المثقّفين والمتعلّمين، تهتم بالكتب اللبنانية:

الفئة	المبيعات في شمال إفريقيا	الأعداد
I	من صفر إلى ١٠٪	٢٥,٧٪
II	من ١١ إلى ٢٠٪	٣٠٪
III	من ٢١ الى ٣٠٪	٢٠٪
IV	من ٣١ الى ٤٠٪	٠٨,٥٪
V	أكثر من ٤٠٪	٠١,٤٪
	بلا أجوبة	١٤,٥٪

بالنسبة الى أكثر من نصف الناشرين، لا تشتري شمال إفريقيا أكثر من ٢٠٪ من منشوراتهم. وبوجهٍ خاص، الناشرون الذين لا يهتمون إلاّ بلبنان، وينشرون كتباً مسيحية وكتباً مدرسيَّة، يصدّرون الى شمال إفريقيا أقلّ من ١٠٪ من انتاجهم. كما أنَّ الدور التي تبيع في الخليج معظم إنتاجها، ترسل الى شمال أفريقيا أقل من ١٠٪ من كتبها (وبالاجمال ٢٥,٧٪ من الناشرين يوردون الى شمال إفريقيا أقل من ١٠٪).

وتشهد الفئة III، فئة الدور ذات المبيعات الكبيرة في شمال إفريقيا (ما بين ٢١ و ٥٠٪)، نجاحات في مبيع كتب العلوم الاجتماعية والتاريخية. إن شمال إفريقيا تهتم بالترجمات، لكنّها قلّما تهتم بالكتب المجلدّة. وبالإجمال، يمكن القول إنّ شمال إفريقيا والخليج يتقاسمان القسم الأساسي من السّوق، وانهما يتقاسمان الناشرين، نظراً لتباين حاجاتهما.

مصر وليبيا والسودان

الفئة	مصر/ ليبيا/ السودان	الأعداد
I	من صفر الى ١٠٪	٤٢,٧٪
II	من ١١ الى ٢٠٪	٢٥,٧٪
III	من ٢١ الى ٣٠٪	١١,٤٪
IV	من ٣١ الى ٤٠٪	٠٥,٧٪
	بلا أجوبة	١٤,٥٪

ليس هناك مبيعات تتجاوز الـ ٤٠٪، وهناك نحو ٧٠٪ من الناشرين لا يتجاوزون الـ ٢٠٪ من المبيعات في هذه المنطقة. إن التوزيع يتعلّق فقط بمصر، نظراً لعدد جامعاتها ولأهميّة وسطها المثقَّف، ولكن ينبغي أن يؤخذ في الاعتبار كون مصر هي نفسها موردة للكتب العربيّة، ويشكّ عدد كبير من الناشرين في مكانة ليبيا على صعيد استيراد الكتاب اللبناني. هناك ثلاث دور فقط تواصل تعاملها مع هذا القُطر.

سورية والعراق والأردن

الفئة	سوريّة/ العراق/ الأردن	الأعداد
I	من صفر الى ١٠٪	٣٤,٢٪
II	من ١١ الى ٢٠٪	٢٨,٥٪
III	من ٢١ الى ٣٠٪	١٧,١٪
IV	من ٤١ الى ٥٠٪	٠٢,٨٪
	بلا أجوبة	١٤,٥٪

سيلاحظ أنّ عدد الناشرين الذين يصدّرون إلى هذه المنطقة أكثر من ٣٠٪

من منشوراتهم، محصور جداً، كما أن عدد دور النشر التي توزّع حالياً أكثر من ٢٠٪ من منشوراتها في هذه المنطقة، ليس كبيراً، ويجري فيها إنزال جميع أنواع الكتب، والكتاب المترجم بوجهٍ خاص.

إن سوريّة لا تشكّل سوقاً مهمّة للكتاب، نظراً لخضوع الاستيراد لقيود شديدة. وكان العراق في الماضي أكبر مستورد للكتب العربيّة، في مناسبة معرض بغداد السنوي. كان يحدّد عدد المنشورات التي كان لكل ناشر الحق في إدخالها إلى العراق، فكانت الدور تقدّم لوائح بالعناوين للرقابة، وتتعهّد الحكومة العراقيّة حينئذٍ بشراء جميع الإنتاج المستورد والذي لم يتم بيعه في خلال المعرض. وبالتالي كان الناشرون المشتركون في المعرض، واثقين من بيع منشوراتهم؛ وبما أنّ النجاح تكفله الدولة العراقيّة، فإنّ القارىء النهائي لم يكن في إمكانه إيصال رأيه للناشر، كما يمكنه أن يفعل في أي مسار طبيعي للتوزيع، عن طريق المبيعات. إذن، كان النّجاح يتوقّف إلى حدٍ كبير على نوعيّة علاقات الناشر بالمكتب الحكومي المولج استيراد الكتب، أكثر مما يتوقف على نوعيّة الاتصال بين المؤلّف والقارىء. إن وضعاً كهذا لا يمكنه إلّا أن يزيّف مسار النشر، ويلغي الاتصال بالمتلقي (القارىء) النهائي، وعودة المعلومات، الضرورية جداً لتجديد الإبداع.

الدول العربية كوسطاء في سيرورة الانتشار

قامت بعض الدول العربية، وفقاً لسياستها الاقتصادية، بتأميم استيراد الكتب، وهذا الأمر يتعلّق، خصوصاً، بسوريّة والعراق والجزائر وليبيا. كما أنّ جميع المعارض تتولّى تنظيمها ومراقبتها مكاتب حكوميّة، وهناك عدد معيّن من الأقطار العربية قامت مؤخراً بالحد من استيراد الكتب الى المعارض السنويّة.

سألنا كل ناشر عن حجم إنتاجه الذي تستورده قطاعات الدولة. وعلى هذا النحو يمكننا تكوين فكرة تقريبيّة عن أهمية الدول العربية كوسطاء وكقنوات تصفية في وقت معاً للاتصال والإبلاغ من خلال الكتاب.

الفئات	التوزيع عبر قطاع الدولة	الأعداد
I	صفر	٧٪
II	من ١ إلى ٢٠٪	١٩٪
III	من ٢١ إلى ٤٠٪	١٣٪
IV	من ٤١ إلى ٦٠٪	٠٨٪
V	من ٦١ إلى ٨٠٪	٠٦٪
VI	من ٨١ إلى ١٠٠٪	٠٣٪

وسطيّاً، تمثّل المكاتب الحكوميّة ٣٩٪ من سوق الكتاب المنشور في لبنان. وبالتالي، يتوقّف اختيار العناوين على السياسة الإعلاميّة للحكومات القائمة، وكذلك الكميّات المطلوبة، واختيار قنوات التوزيع، وتوزّع المنشورات في المدن والأرياف. يمكن لهذه المركزة أن تكون مفيدةً من زاوية تنظيم التوزيع، لكنّها تشكّل أيضاً عقبة في مسار الاتصال، نظراً لأنَّ طلبيات الكتب تعبّر عن رأي الحكومات العربية وسياستها، لا عن الحاجات الفعليّة للقرّاء العرب.

وتظهر أهميّة القرارات الحكومية حتى في تصنيع الكتاب، من خلال طلبيات الكتب قبل صدورها. هناك ٥٦,٩٪ من الناشرين يطبعون الكتب بناءً على طلبيّات، أو أنهم على الأقل لا يعاودون طبع العناوين النافذة إلّا بعد تلقيهم لطلبيّات مهمّة. ويمكن صدور الطلبيّات عن أجهزة الدولة (٢٦,٥٪ من الحالات) أو عن أجهزة خاصّة (٣٠,٦٪) عربيّة، ويأتي من لبنان فقط ١٠٪ من الطلبيّات، منها ٣٪ من الدولة اللبنانية و٧٪ من القطاع الخاص.

يخضع الاستيراد للرقابة في كل الأقطار العربيّة. هناك دراسة للدكتور زهير حطب[7] حول دور الرقابة كعائق أمام إنتاج ونشر المجلّات والصحف العربيّة، تشمل مصر والعراق وسورية وليبيا والكويت ولبنان. ومن بين البلدان المختارة، يقوم لبنان والكويت فقط باستيراد المطبوعات بواسطة القطاع الخاص. ويبيّن

الدكتور حطب كيف تؤثر الرقابة على مستوى الإبداع الفكري؛ فالكاتب يرفض معالجة موضوعات ممنوعة، ويراقب كل فكرة في سياق تحريره، ويفرض على نفسه قيوداً لا يستطيع من دونها أن يأمل في أن يرى عمله منشوراً. كما أنّ الرقابة تعمل على صعيد الناشر الذي يدقّق في المخطوطات المعروضة عليه ويدخل تعديلات على النصوص وفقاً لمتطلّبات الرقابة في البلدان التي يرمي الى ترويج كتابه فيها. وأخيراً يمكن للرقابة الرسميّة أن تمنع طبع الكتب أو أن تسحبها من السّوق. لكن الرقابة أكثر تشدُّداً وقسراً في شأن استيراد الكتب الأجنبيّة أو العربيّة، منها في شأن انتاجها المحلّي، ويجري تحديد المعايير بشكل غامضٍ جداً، مما يزيد من التضييق على حريّة الإبداع والحدّ منها، لأنّها تتوقّف على تأويل الرقيب وتفسيره.

المحظورات في لبنان عددها محدود: النّيل من الشعور الوطني والأخلاق العامّة، والتحريض الطائفي. أما في الكويت فهي أكثر عدداً: النّيل من الأخلاق العامة، ومن كرامة الأفراد والحريات الشخصيّة، وإذاعة الأسرار، والتهديدات، والشكوك المتعلّقة بالاستقرار الاقتصادي والمالي. وأما في العراق فيتعيّن على المطبوعات ألّا تتعارض مع أهداف الثورة والحزب.

على الرغم من كل احتياطات الناشرين، هناك عدد كبير من الكتب يتم رفضه (يمكنه أن يبلغ ٢٠٠ عنوان بالنسبة الى بعض الناشرين، ويمكن لناشرين آخرين أن يمنعوا منعاً نهائياً، بصرف النّظر عن منشوراتهم). وتحتاج كل طلبيّة الى مدة تتراوح بين شهرين وستة أشهر حتى تخرج من الرقابة. وتلعب العلاقات الشخصية دورها في تسهيل الخروج من الرقابة.

٤ ـ التبادل الإعلامي

تتدخل اذن عوامل خارجة عن العلاقة الاستقطابية الثلاثيّة بين المؤلف والقارىء والناشر، في نجاح منشأة نشر عربيّة: فالعلاقات الشخصيّة والسياسيّة مع الحكومات تملي اختيار العناوين التي ستعرض لاستهلاك القرّاء. وهذا سبب

قلّة الاهتمام الذي يحظى به الإعلان أو الدعاية: هناك فقط ١٢,٥٪ من الناشرين الذين يعلنون غالباً عن العناوين التي يصدرونها (نقصد بالإعلان فقط الاعلانات المدفوعة). ويكتفي الناشرون الآخرون، للاتصال بالمشتري، بالمعارض وبما يُكتب من تعليقات عن كتبهم في الصحف والمجلات. ولكي يضمن الناشر أن يُكتب عن مطبوعاته، يرسل نسخة منها الى بعض الصحف (هناك ٥٠٪ من الناشرين يمارسون هذه الطريقة بانتظام، و ٣١,٩٪ يمارسونها عرضيّاً). ومما يستحق الذكر أن الأمر يتعلّق في ٤٧,٢٪ من الحالات، بالصحف اللبنانية فقط، مع العلم أن السوق اللبنانيّة لا تهمّ الناشرين! وبالتالي فإن وظيفة المراجعات النّقدية ليست تأمين المبيعات للناشر، بقدر ما هي إكسابه ميزةً وسمعةً معيّنة في الوسط المثقّف. وفي بعض الأحيان تظهر مقالات ودراسات نقدية في الصحف العربيّة (بالنسبة الى ٣٠٪ من الناشرين)، لكنها ذات أثر ضئيل في المبيعات: هناك فقط ١٣,٩٪ من الناشرين يعترفون بأثرها في المبيعات، بينما يتردد ٤٧,٢٪ في تأكيد ذلك الأثر، وينكر ٢٢,٢٪ أي أثر لها في التوزيع. وهذا يسهم في تعزيز رأينا القائل إن نجاح كتابٍ في الأقطار العربية لا يتوقّف كثيراً على نجاحه لدى القرّاء الفعليين، بقدر ما يتوقّف على قرار المستوردين. ولذا لا يهتم الناشرون، أيضاً، بمضمون هذه المقالات، ولا تؤثر عليهم الانتقادات: ففي نظر ٤٣,١٪ من الناشرين، ليس للانتقادات أي تأثير على اختياراتهم المقبلة، وفي نظر ٢٧,٨٪ ليس لها سوى تأثير متوسط جداً.

مع ذلك، تعتبر المقالات والانتقادات في الصحف صوت الوسط المثقّف، ويفترض فيها أن تكون واحدةً من أهم وسائل التبادل الإعلامي بين الرأي الأدبي والناشر. ولكن النشر اللبناني العامل من أجل وسط غريب عنه في بعض الحدود، والناشر العامل كوسيط بين المؤلفين والمشترين المشتّتين في العالم العربي والخاضعين لشتى الضغوطات، قلّما يعني بالرأي الأدبي اللبناني ويفيد منه، إذ إن طلبيّات الدول العربية هي في نظره اكثر دلالةً من الصفحة الأدبية في أية مجلّة عربيّة.

٥ ـ المبيعات

إن إرسال الكتب إلى البلدان العربيَّة، واجراءات مرورها في الرقابة، ثم التوزيع على بائع المفرَّق، تؤخّر وصول الكتاب للقارىء. يلزم كحدّ وسطي مرور شهرين الى ثلاثة أشهر، قبل معرفة النتائج الأولية للمبيعات.

إنَّ الكتاب الجيّد، خلافاً لظاهرة الاستهلاك السريع للكتاب في الغرب، يتأخر في التعريف بنفسه، إذ إن انطلاقته تكون بطيئة، ويتصاعد سيرُه مع الطبعات اللاحقة. هذا ما لاحظه ٤٣,١٪ من الناشرين؛ والمثل المدهش عن كتاب طبخٍ صار شهيراً، وهو في طبعته العاشرة، يضربه الناشرون ويروون أنه استغرق أكثر من سنة حتى أثبت وجوده في سوق الكتاب. ليس النجاح مفاجئاً وصاعقاً كما هي الحال بالنسبة الى «الكتب الأميركية الأكثر مبيعاً»، ولكنَّه أكثر ديمومةً.

ذلك أنَّ الكتاب العربي الذي يحظى بأفضل المبيعات، لا يملك السمات نفسها التي يملكها الكتاب الناجح في الغرب.

١ ـ فهو ليس رواية معاصرة: هناك فقط ٣,٤٪ من الناشرين يعتبرون أنَّ الروايات العربية المعاصرة جديرة بأن تحظى بالنجاح.

٢ ـ كما أنّه ليس ترجمة لرواية ناجحة في الخارج: هناك فقط ٦,٨٪ من الناشرين يذكرون ترجمات الكتب الأكثر مبيعاً بوصفها كتباً نجحت في السّوق العربية.

٣ ـ إنّه في معظم الأحيان كتابٌ يتعلّق بالدين (٢١,٦٪ من الإجابات).

لقد طلبنا من الناشرين أن يذكروا اسم الكتب التي يعتبرونها من كتبهم الأكثر مبيعاً، مع الإشارة إلى عدد الطبعات والنسخ. ثم قمنا بتصنيف جميع العناوين المجمّعة بترتيب تنازلي لعدد النسخ (حجم الإصدار مضروباً بعدد الطبعات). العناوين العشرون الأولى، ما عدا ثلاثة منها، هي نصوص دينية مأثورة. ولقد حصلنا، من طريق الترتيب التصاعدي، على ما يلي:

- طبعات القرآن (٥٠٠٠٠٠ نسخة).
- الأناجيل والنصوص المأثورة الكبرى في تفسير القرآن (٣٠٠٠٠٠ نسخة).
- الكتب المدرسية يجري طبعها في ٣٠٠٠٠ نسخة، ويعاد طبعها من ٥ الى ١٠ مرّات (من ١٥٠ إلى ٣٠٠ ألف نسخة).
- القواميس (من مئة الى مئتي ألف نسخة).
- كتاب طبخ (٩٠ ألف نسخة).
- قصائد محمود درويش (٧٠ ألف نسخة).
- بعض كتب الأطفال (٥٠ ألف نسخة).
- كتب الساعة: محمّد حسنين هيكل (٤٠ ألف نسخة).
- الآداب المأثورة (٣٢ ألف نسخة).
- روايات غادة السّمان (٣٠ ألف نسخة).
- كتب الطب المبسّطة (٢٥ ألف نسخة).
- منشورات للجامعيين، مثل دراسات عبدالله العروي، ومؤلفات ابن خلدون (١٥٠٠٠ نسخة).

إن معظم العناوين هي كتب مرجعيّة/ أساسية، ذات استعمال وظيفي، وطلبها مضمون ودائم. وأمام هذا الواقع، وبإزاء الخطوط البيانيّة للمبيعات البطيئة والمنتظمة، لا يكون الناشرون محفزين لنشر عناوين جديدة.

«تنطلق الكتب الأساسية ببطءٍ لكن بانتظام... فهذه الكتب تضمن مردوديّتها في عدّة أشهر، وحتى لعدّة سنوات، لكنّ عملها الطويل يسمح للناشر بأن يوظّف ماله مجدداً لعدّة مرّات بشكل مضمون»[٨].

إن الخط البياني للكتب الغربية الأكثر مبيعاً يختلف عن ذلك: إنه سريع جداً في البداية، ثم يتواصل بيع هذه الكتب بوصفها كتباً أساسيّة، بعد أن تكون تخطّت الحواجز الاجتماعيّة. إن الجانب المميَّز للكتب الأكثر مبيعاً، هو أن تحظى بنجاح كبير، ساطع، في الوسط المثقّف، وأن تطول الى الجمهور الكبير حتى قبل أن تنشر في طبعة شعبية (كتاب الجيب). وإنّ كتباً كهذه غير غائبة عن

النشر اللبناني، لكنّها قليلة العدد؛ إنها كتب الساعة (مثل أعمال هيكل) أو الروايات الناجحة (غادة السّمان).

يظهر نجاح هذه الكتب في خلال المعارض. في الواقع إن المعارض هي شكل خاص جداً من أشكال الترويج، حيث يكون القارىء النهائي على صلة مباشرة بالكتب، وحيث لا يكون اختياره خاضعاً للتوجيه من قبل الموزّع وفرزه للكتب ولا من قبل صاحب المكتبة وطريقة بسطها وعرضها. يتردّد على المعرض جمهور عريض أوسع من روّاد المكتبات؛ هذا ومدّته المحدودة والحسومات الممنوحة تشجّعان على الشراء الذي ما كان ليتم بطريقة أخرى، وبالتالي يمكن القول إن المعارض تطول إلى الجمهور العريض، وإن نتائج مبيعاتها ذات دلالة على اهتمام هذا الجمهور.

تشير دراسة حول جمهور معرض الكتاب العربي سنة ١٩٨٢ في بيروت[٩]، إلى أنَّ الجمهور كان مكوَّناً من شبّانٍ دون الـ ٢٤ سنة (٦٩,٣٪)، ومن عدد ضئيل من النساء (٣٨,٤٪). وكان الطلّاب يشكلّون أغلبية الجمهور (٦٦,٨٪)، يليهم الموظفون (٢٣,٤٪) ثم المعلمون (١١,٣٪) والاساتذة الجامعيّون (٢,٤٪) والعمّال (٢,٤٪). ولا يبدو الكتاب العربي جذّاباً للأساتذة الجامعيين لأنّه قليل التخصص، وهو لا يهمّ العامل نظراً لسعره ولنوع القراءة التي يدعو اليها (قراءة وظيفيّة، إعلاميّة/ تكوينية وثقافية، وليست قراءة مسلية).

خلافاً للمبيعات بواسطة المستوردين والمكتبيين العرب، تبيّن مبيعات المعارض السنويّة في بيروت اهتماماً أكيداً بكتب الساعة: مثل الوثائق السرية لمؤتمر جنيف سنة ١٩٨٤، وقائع الغزو الاسرائيلي للبنان سنة ١٩٨٢، وثيقة حول معتقل أنصار. كما أنَّ الطلب يدور أيضاً حول تاريخ لبنان الحديث، بحثاً عن تفسيرات للنزاع الحالي. وأخيراً، تحظى قصائد نزار قباني بنجاح كبير[١٠].

هذه المعطيات لا تتعلق إلّا بجمهور بيروت الغربية. وان دراسة القراءة في لبنان تستلزم أبحاثاً ميدانية تتجاوز إطار المعارض السنوية؛ وهذه الدراسة

ليست في وارد بحثنا. لقد أشرنا هنا إلى هذه المعطيات بهدف وحيد هو التدليل على وجود ميدان مؤاتٍ لنشر كتاب الساعة والكتاب الشعبي، وإمكان ظهور الكتاب الأكثر مبيعاً لدى الجمهور العربي. يلزم لذلك أن يتحمّل الناشرون عبء المخاطرة: والحال فإن حجم المنشآت النشرية صغير جداً، كما رأينا سابقاً، وحجم الانتاج ضئيل جداً لتغطية مخاطر نشر رواية أو كتاب/ صدمة بأعداد كبيرة. زد على ذلك أن انخفاض القدرة الشرائية للأقطار العربيّة منذ حرب الخليج يثير قلق الناشرين الى حد أن ٢٥٪ منهم يريدون أن يتجنّبوا مخاطر كل إصدار جديد. فقط دور النشر المتخصصة في الانتاج الديني والمأثور لم تخفض انتاجها. وهذه النتيجة تؤكد أنَّ هناك، حقاً، اتجاهاً إلى خفض العناوين الجديدة لصالح النصوص المأثورة[١١].

إن الناشرين، إذ يحصرون انتاجهم في إعادات طبع كتب التراث، ما عادوا يشعرون بأنهم معنيون بقضايا الإبداع الفكري العربي، مثل قضيَّة النقص في تخصّص المؤلفين وغياب الإنتاج العْلمي، وعدم كفاية الإبداع الأدبي المعاصر. إن القضايا المطروحة خلال كل اجتماعات الناشرين العرب، ترتبط بتوزيع الكتب والقيود المفروضة على كتبهم من قبل الرقابة، ومراقبة التبادل النّقدي (المالي) ومراقبة استيراد الكتب، وتعرفات النَّقل والرسوم[١٢]. وإن الناشر اللبناني يستقيل شيئاً فشيئاً من وظيفته الابداعيَّة، ليتحوَّل إلى تاجر عادي؛ ويدل على ذلك دلالةً كافية إنتاج الكتب/ التحف.

الخلاصة

يمكن أن نوجز، في بضعة أرقام، الانتاج اللبناني من الكتب، كما تراءى لنا في نهاية استطلاعنا.

- يمكن القول أنّه لا يوجد أكثر من ١٥٠ ناشراً فعليّاً، أي ينشرون أكثر من عنوانٍ أو عنوانين سنوياً.
- حين نقارن لوائح نقابة الناشرين بلائحة الناشرين الذين اتصلنا بهم، يتضح لنا أننا قد تمكّنا من الاتصال بأهم الناشرين: لقد خضع ٧١ ناشراً للاستمارة، وهناك ٢٠ ناشراً مهمّاً خارج الاستمارة، لكننا قمنا بفرز قوائم مطبوعاتهم.
- نقدّر عدد العناوين المطبوعة سنوياً بـ ٧٥٠٠ على أبعد تقدير (بمعدّل ٥٢ عنواناً للناشر).
- إن عدد الإعادات أعلى بكثير من عدد العناوين الجديدة: هناك فقط ٢٧٠٠ عنوان جديد سنوياً (١٧ عنواناً جديداً لكل ناشر).
- الترجمات تضارع حالياً النصوص القديمة من حيث العدد: ١٣٪ من العناوين ترجمات و ١٣,٦٪ نصوص مأثورة.
- لكننا استطعنا أن نلاحظ من خلال البيبلوغرافيّات الجارية اتجاهاً إلى تزايد

نسبة النصوص القديمة، خلافاً للترجمات.

- زد على ذلك أن النصوص القديمة، محسوبةً بعدد النسخ، هي الأكثر عدداً: فالاصدارات الكبرى (٣٠٠٠٠ نسخة) والإعادات المتكرّرة (من خمس إلى ١٠ مرّات) هما خاصتان مميّزتان للنصوص القديمة. أكثر من ٥٠٪ من العناوين ذات الاصدار الكبير، هي من النصوص التراثية.
- اكثر من نصف الإنتاج مجلّد.
- النشر الشعبي ضعيف جداً: فقط ١٥٪ من الانتاج؛ وهناك ٣٠٪ من العناوين موجَّهة للجامعيّين.
- يمكن والحال هذه أن نعتبر أنَّ نصف العناوين مخصّص لنخبةٍ ماليّة فقط.
- إن بلدان الخليج هي السوق الرئيسة لنشرٍ كهذا: نحو ٢٠٪ من الناشرين يوزّعون فيها أكثر من ٤٠٪ من منشوراتهم.

إن أهميّة النشر اللبناني في السوق العربية تكسب هذه المعطيات قيمةً ذات دلالة؛ إذ يمكن اعتبارها بوصفها كاشفةً لطابع الثقافة العربيَّة التي تروّجها الكتب. وبالتالي، فإن عناوين الكتب المنشورة وأنواعها هي، من حيث تكاثرها وانتشارها، مؤشر على الاهتمام العربي؛ ولكنّها متعلّقة أيضاً بقدرة الناشر على تشجيع الإبداع الفكري. هذه هي المسألة التي طرحت نفسها خلال انجاز هذه الدراسة: كيف يمارس الناشر اللبناني في حضور تنوّع الأوساط الفكريّة العربيّة، وظيفته التوسطيّة، وما هو اختياره بين نشر إبداعي تحف به المخاطر المالية والمغامرة، ونشرٍ مقولب وأكثر ضماناً.

فمن ناحية، لا يوجد عدد كبير من المؤلفين اللبنانيين، يمكن لناشريهم أنْ يتولوّا ترويج أعمالهم. وبالتالي، فإن منظومات التعليم باللغات الأجنبية في لبنان لم تكن عاملاً مشجعاً على الإبداع الأدبي: ليس فقط لأن المثقّفين معزولون ثقافياً عن محاوريهم العرب المحتملين، بل أيضاً لأن النشر استعمل ثنائيتهم اللغوية لترجمة الأعمال الأجنبيّة ولتأليف الكتب المدرسية، وهذه نشاطات تحويلية لا نشاطات إبداعية أصيلة، كما هي حال معظم النشاطات الخاصة باللبنانيّين.

ومن ناحية ثانية، يتعينّ على الناشر أن يواجه تشتت المثقّفين العرب، الناجم عن الحواجز السياسيّة وصعوبات الانتقال وغياب المؤسسات التربوية المشتركة ومشاريع البحوث المشتركة ـ ما عدا مؤسسات ونشاطات جامعة الدول العربية التي يمكنها أن تساهم في تبادل ثقافي مثمر بين مختلف الأوساط العربيّة المثقّفة.

بما أن المسار الإنتاجي يتموضع مادياً في لبنان، ويقيم العلاقة بين الكتّاب والقرّاء المبعثرين على هذا النحو، فإنّ نجاح التبادل يتوقّف على إتصالات الناشر واحتكاكاته بمختلف الأوساط العربيّة المثقّفة، وعلى اعتراف هذه الأوساط به. والخطرُ كبيرٌ في أن نرى النشر محصوراً في بُعدهِ الإتّجاري (المركنتيلي)، عندما يكون شراء الكتاب هو وسيلة الاتصال الوحيدة. هذه هي حال بعض دورات إنتاج الكتاب ونشره، التي تعمل بمعزلٍ عن الرأي الأدبي أو طلبات القّراء النهائيّين، حيث تكون الطلبيّات بكميّات كبيرة، الواردة في معظمها من مؤسسات حكومية، كافيةً لتسويغ إصدارٍ ما، بعيداً عن كل حاجة قراءة فعليّة.

مع ذلك لا يمكن جعل هذا المسار عامّاً وشاملاً مجمل النشر اللبناني، فقد أظهرت دراسة العناوين المنشورة وجود إنتاج أصيل، حيث بدا أن الإبداع الفكري قد وجد منافذ له. وبالتالي، لا يمكن أن نجمل في الخطاب الواحد، نشر دراسةٍ اجتماعيّة أو سياسيّة معاصرة، وإعادة طبع نص من التراث، ونشر أعمال كاملة ومجلّدة لعلم كبير من أعلام الأدب المأثور. إن الدورات الانتاجية والترويجية المختلفة تتولى نشر نماذج متباينة من الكتب، كنا قد استخلصناها تدريجاً في سياق هذا البحث.

إن الوقائع الموصوفة حتى الآن يمكنها أن تقود إلى نمذجة لإنتاج الكتاب، قائمة على معايير الإصدار وأنواع النشر وميادينه، ومقاس أو شكل الطبعة وسعر النسخة، وهذه كلها تساعد على تحديد الجمهور الذي تنشده كل فئة من الكتب. وفي كل دورة، سنبين أن العلاقة القطبيّة الثلاثيّة، مؤلّف/ ناشر/ قارىء، إنّما تتحقق بشكل متباين، مع موازين قوى متمايزة ومتباينة. إن فكرة نمذجة وترسيم العلاقات القطبيّة الثلاثية، استوحيناها من دراسة حول النشر

الفرنسي، أجراها جاك برتون[1]. وستظهر المقارنة، لو وجدت في النشر اللبناني النماذجُ الانتاجيّةُ ذاتها الموجودة في النشر الفرنسي، وفي النشر الغربي بالتوسّع، ستظهر أنَّ الشكل الذي ترتديه العلاقة القطبية الثلاثية، يختلف وفقاً للمحيط الاجتماعي والثقافي الذي تندرج فيه هذه العلاقة وترتسم، كما أن السمة الخاصة بمنظومة المجتمع الفكريَّة إنما تُستمد من مكانة وأهمية كل دورة في مجمل الانتاج الفكري، وهذا ما سنحاول التوسّع به في الصفحات التالية.

أ ـ النماذج الانتاجيّة المختلفة

١ ـ الانتاج بإصدار كبير (١٠ آلاف نسخة وأكثر) لنصوص مأثورة، لا سيما في الأدب والدين، مجلّدة تجليداً فاخراً وبأسعار مرتفعة، ومخصصة لجمهور من هواة الكتب/ التحف، جامعٍ لنصوص التراث.

كما تدخل في هذه الفئة كتب الأطفال، المسحوبة في ١٠ آلاف نسخة، على ورق من نوعيّة جيّدة، مع غلافات كرتونية ورسوم ملوَّنة، باهظة التكاليف ـ. إنها كتب مرتفعة الثمن نسبياً، وتستهدف الزبائن الميسورين أنفسهم.

الإعادات كثيرةٌ في هذه الفئة، والطلب مستقر. إنّ السّوق المثمرة جداً هي سوق بلدان الخليج التي تمارس قوّتها الشرائية، المضاعفة ٤ مرات منذ ١٩٧٢، تأثيراً كبيراً على الناشرين.

يعتبر الناشر الفاعل الرئيس في هذه العلاقة القطبيّة الثلاثية: مؤلّف/ ناشر/ قارىء الخاصة بهذا النمط من النّشر. فهو يشتري المخطوطات القديمة، أو يوصي على نصوصٍ للأطفال، يشتري أيضاً حقوق إصدارها. إنه يملك اذن كل السلطة في تقرير شكل الكتاب، وهو يوصي على رسوم الكتب للأطفال، ويقرّر فترات الصدور، دون ضغط من المؤلّفين المستعجلين. وفي ما يخص المخطوطات

القديمة، يكتفي بعض الناشرين بطبعها كما هي بلا مراجعة وتنقيح. ولكنّ ناشرين آخرين، كوّنوا عن أنفسهم صورةً أفضل من صورة المطبعيّ العاديّ، يريدون أن يشتغلوا المخطوط قبل طبعه، فيستخدمون لهذه الغاية كتّاباً مستعدين للمراجعة والتنقيح. انهم يقومون بمهمة تكييف النص وجعله مناسباً للقرّاء الحاليّين: ترقيم المخطوط، تصويبات، شرح الكلمات البائدة، تعليقات وشروحات، هذه كلها عمليّات تعيد الحياة إلى التراث. وهؤلاء الكتّاب، بوصفهم أجراء، فقدوا استقلالهم الفكري.

إذن للناشر سلطة كاملة في القسم الإبداعي من مسار النّشر. وله أيضاً سلطة كاملة في القسم الترويجي لأنه غالباً ما يكون موزّعاً: فهو يقرّر الأسواق التي يوجّه منشوراته إليها، ويجري الاتصالات، خصوصاً مع الحكومات العربية التي يحتمل أن تطلب الطلبيّات الكبرى. إن نجاح المبيع يتوقّف إلى حدٍّ كبير على العلاقات التي يقيمها الناشر مع الحكومات العربيّة، أو المؤسسات الموجّهة استيراد الكتب. لذا فهو يحترم محظورات الرقابة وممنوعاتها، ويكيّف إنتاجه مع متطلبات السياسة الإعلاميّة للفئة الحاكمة. وعندما يتصل مباشرةً بالقارىء النهائي، خلال المعارض، إنما يقدم عناوين تكون قد خضعت من قبل لمصفاة الرقابة. ويتحرّك الناشر بنفسه ليحضر المعارض، توثيقاً لعلاقاته بالشخصيّات العربية النافذة. ومن ثمّ يجري تصوّر المهنة كأنّها تقوم على علاقاتٍ بالمقررين بدلاً من العلاقة بالقرّاء.

في سياقٍ كهذا، تتحقق عودة المعلومات عن طريق الطلبيّات والمشتروات بوجهٍ خاص. وبما أنّ المشتري بالجملة يُفضّل على القارىء النهائي، فإنّ القليل من الأهمية والاهتمام يُعلّق على الرأي الأدبي كما يعبّر عن نفسه في الصحف أو «مرجعات الكتب»، على الرغم من كونها شهيرةً في مجال نشر الكتاب التراثي.

ما من تواصل واتصال بين القارىء والمؤلّف، لأن هذا الأخير ميت؛ كذلك

الأمر بالنسبة إلى المحرّر (Editorبوصفه ذلك الذي يراجع النص ويعدّه للنشر) الذي انخفض بحكم وضعه كموظف، إلى حالة من الغُفليَّة (anonymat). وليس الناشر هنا، من حيث طريقة ممارسته مهنته أو من حيث أصله الاجتماعي المهني، إلّا تاجراً لا يشارك في الوسط المثقف ولا يهتم به، ويمكن لمنشأته أن تتطور خارج كل علاقة بالوسط الفكري، وتزداد نزوعاً إلى أن تكون فبركة لاعادة انتاج الكتب/ التحف، أو النفائس، اكثر منها ناظماً لتنسيق الإنتاج الفكري.

٢ ـ إن الانتاج المتوسط الإصدار، من ٥ إلى ٨ آلاف نسخة، يطول إلى الجمهور العريض بعناوينه ذات الاهتمام العام، مثل التاريخ والروايات وكتب السّاعة. هذه العناوين تتخطّى حدود الجمهور الجامعي، فهي جديرة بإثارة اهتمام كل قارىء عربي مثقّف أو تابع الدراسات الثانوية فقط. ويجري نشر الكتب في طبعةٍ قليلة الطموح والادعاء، مع غلافات ورقية ملوَّنة، مطبوعة على ورق من نوعية متوسطة؛ وهي ليست مرتفعة الثمن كثيراً: إذ تعادل كلفتها أجر يوم عمل. إنها الكتب الأكثر مبيعاً في المعارض، وتشهد بعض إعادات الطبع، لكنَّ عمر رواجها ليس مديداً. إنها ترمي إلى قراءة مجانية أو مسليّة، ولذا فإن الحاجة اليها لا يمكن فرزها وتصنيفها دون صعوبة، ونجاحها عشوائي وعابر. ولا يختار الناشر من عداد هذا النموذج النشري، سوى العمل الذي يكون مؤلّفه مشهوراً جداً. ومثال ذلك، إذا كان الشّعر هو النّوع الأقل قيمةً وحظوةً لدى الناشرين، فإن بعض الشعراء المعاصرين الناجحين سيكونون محرجين في اختيار ناشرهم.

اذن فالمؤلّف في وضع قوي، وقد يصل به الأمر الى حد تحوّله ناشراً لأعماله الشخصيَّة، ليستفيد الى أقصى حد من الربح الناجم عن نجاحه وشهرته. في هذا النمط الإنتاجي، يكون الناشرُ بوجهٍ خاص منفّذاً، منسّقاً لمناشط الطباعة والتوزيع، ومهتماً برأي القرّاء لأنّ نجاح أي كتاب يستجيب لحاجة القراءة

المسليّة، لا يتوقّف على طلبيّات الحكّام، بل على ذوق الجمهور وحبّه لمؤلفٍ ما، أو على اللقاء السعيد بين موضوع العمل المعني والاهتمامات العامّة الآنيّة.

تمرّ عودة المعلومات من خلال نتيجة مبيعات المكتبيّين والاتصالات المباشرة مع جمهور المعارض. وكذلك من خلال العلاقات بين المؤلّف والأوساط العربيّة المثقفة التي تسمح أبعادها المحصورة بأن يجري التبادل الثقافي معها من طريق العلاقات الشخصيّة. وإلى ذلك فإن الرأي الذي يعبّر عن نفسه على الصفحات الأدبية للجرائد اليوميّة، يتأثر تأثراً شديداً بالصداقات أو بالعداوات بين المؤلّفين والصحافيّين. وندرك أنَّ الناشرين لا يعلقون أهمية كبيرة على الرأي الذي تعبّر عنه صفحات الجرائد الأدبية، بل يهتمون فقط بالإعلان الذي تؤمّنه لهم. لذا، لا يتوانون عن اهداء الصحافيّين نسخاً من الكتاب الذي يقع في هذه الفئة، وعن تخصيص مئة نسخة لأصدقاء المؤلف والناشر.

إن انتاج الكتابات العقائديّة المعاصرة، يدخل في هذا النموذج النشري ذاته: إصدار من ٥ إلى ٨ آلاف نسخة لتلبية الاهتمامات الحاليّة؛ ويكتبها علماء يديرون من ناحية ثانية حلقات نقاش، وناشروهم بالذات يتحدرون من العراق أو مصر، ويتمتّعون بعلاقات مع مراكز التعليم الديني في الأزهر أو النجف. غير أنَّ النشر في هذه الحالة يكون عقائدياً أكثر منه تجارياً، ويخاطر بالنشر لمؤلفين ما زالوا مجهولين.

٣ ـ يشهد النشر في المجالات المتخصّصة إصدارات صغيرة تتراوح بين ٢٠٠٠ و ٤٠٠٠ نسخة. وهو يخاطب الجامعيين، وبوجه خاص الطلّاب، لأنه لا يدفع الاختصاص الى حد إثارة اهتمام الباحثين والأساتذة في اختصاصهم. في هذه الفئة، تنشر كتب حول البرمجة والمحاسبة والاقتصاد والحقوق، الخ... هناك عدد كبير من الترجمات في الميادين الأكثر جدّةً وحداثةً، غير أنَّ هذا النمط النّشري يسمح أيضاً لعدد معيّن من المثقّفين العرب بإجراء تجاربهم الأولى كمؤلّفين. فالناشرون يبحثون عن النواقص والثّغرات في الانتاج، مثل ميزاب ذهب ينبغي استغلاله، وبالتالي يوصون على الترجمات أو يشجّعون المختصّين في

مجالهم، خصوصاً الأساتذة الجامعيّين، على الكتابة في الموضوع.

في معظم الأحيان، تعود المبادرة للناشر: اختيار الموضوع واختيار المؤلّف (الكاتب الفلاني المشهور أو المعروف شخصياً من الناشر). وترفض مخطوطات المؤلّفين الشبّان المتردّدين ويُفضّل عليهم المتخصصون المتوافرون، والأساتذة الذين يجلبون معهم زبائن مستقرين، هم جمهرة طلابهم. وأحياناً تمرّ العلاقة بين المؤلّف والنّاشر من خلال وسيط، هو المستشار الثقافي أو مدير السلسلة، لكن ناشر هذا النّمط من الكتب غالباً ما يكون هو نفسه جامعياً، ويجمع إلى وظائفه وظائف المدير الأدبي. فهو على الأقل مندمج في الوسط المثقّف أو يشارك فيه.

يكون الاتصال مباشراً بين المؤلّف وقرائه. وهو اتصال قائم قبل صدور الكتاب بالذات، ويمكنه الى حدٍّ ما الاستغناء عن قنوات الترويج التقليديّة: فالمؤلّف يوزّع كتابه بنفسه، ويمكنه ترويج ربع الكميّة المطبوعة، من خلال علاقاته في أوساط الطلاّب والمكتبات الجامعيَّة. وغالباً ما يكون على علاقةٍ مباشرة بالمكتبيّ حيث يُباع كتابه، فيعرف نتيجة المبيعات. لكن تبادل المعلومات الأهم إنما يتم في إطار المحاضرات والندوات والاتصالات بالمكتبة الجامعية. وعلى هذا النحو، يستطيع المؤلّف مراجعة نصه في ضوء ردود فعل جمهوره. فالمؤلّف، القويّ بالزبائن الذين يوفرهم وبشهرته كاختصاصيّ، يكون على علاقة نديّة مع الناشر؛ أما مبادرة الاختيار وانفتاح الجمهور خارج نطاق الكليّة الضيّق، فتعود الى الناشر.

تندرج في هذه الفئة الكتبُ السياسيّة: وفي هذه الحال أيضاً، غالباً ما تكون علاقة المؤلّف بقرّائه سابقةً لإصدار الكتاب؛ ويتدّخل الناشر لتوسيع دائرة انتشار الكتاب، مستفيداً من ثمرة تبادلٍ ونقاشٍ داخل أوساطٍ سياسيَّة صغيرة. وينتمي الناشر ذاته اليها، أو على الأقل يكون قريباً من الجماعة السياسيّة. وإنّ النصوص التي تتناول اهتمامات المثقفين العرب تشهد انتشاراً كبيراً، على الرَّغم من كونها في الأصل نتاج جماعات ذات أبعاد محصورة

وضيّقة. ولقد أفاد النشر الذي تنامى بين ١٩٥٦ و١٩٨٢ من وجود المثقّفين العرب في العاصمة اللبنانيّة؛ فراح يتجدّدُ وهو يتغذّى من المبادلات الجارية في الوسط المثقّف، وهناك كثير من العناوين التي ظهرت حينذاك، تكفي اليوم لكي تظل بعض دور النشر قائمة وتستمر من خلال إعادة طباعتها.

ب ـ حالة الأعمال الأدبيَّة

إن النشر ذو الإصدار الكبير، والجاري خارج نطاق الوسط المثقّف، لا يشمل سوى الأدب المأثور المعترف به في الفكر الرسمي، والذي لا يستدعي نقداً أو رأياً أدبياً.

إن الكتب الأدبية المعاصرة الصادرة عن دائرة النشر، تدخل في نطاق الفئة المتوسطة. وبالتالي، فإنَّ الأعمال المضمون نجاحها يجري إصدارها فوراً في خمسة آلاف نسخة. فبسبب شهرة الكاتب، لا يعود العمل بحاجة إلى التجربة والاختبار أمام جمهور أضيق. أما المؤلّف المجهول فلا يجد ناشراً يخاطر بنشر مؤلَّفه. ولكي يوطد صيته يتعينّ عليه أن يبدأ بتعهّد نشر أعماله الأولى وتوزيعها بنفسه، وفي أحسن الأحوال، يتعينّ عليه أن يتفق مع ناشر يهتم بالتوزيع ويشاطره النفقات والأرباح.

بوجهٍ عام، لا نجد محاولاتٍ أدبية أصيلة في فئة الإصدارات الصغيرة، بل نجد فقط تعليقات أدبية ودراسات أكاديميَّة. إن النشر بإصدار صغير يفضّل تلبية حاجة القراءة الوظيفيّة، على المخاطرة بنشر كتاباتٍ أدبيَّة.

كذلك لا بد من أن يؤخذ في الاعتبار كون دورة ترويج هذه الفئة محصورة بالجامعة، فالمؤلفون حين يطبعون كتاباً نقدياً أو تعليقاً أدبيّاً، يضعون نصب أعينهم جمهورهم الطلّابي. لكن المؤلف يحتاج، في الإبداع الأدبي بالمعنى الحقيقي للكلمة، إلى جمهور محاورٍ أوسع، وسيكون جمهوره عريضاً بقدر ما يتوصل الى التعبير عن اهتمامات ووعي فئة اجتماعية/ ثقافية أوسع. والحال، فإن الثقافة تنتصب كحاجز اجتماعي في مجتمعاتنا النامية، ذلك أن الذي يصل الى الوسط

الجامعي، ينعزل ويبتعد كثيراً عن الفئة الاجتماعية التي تحدّر منها، ولا يمكنه أنْ يأمل بأن يقرأه الناس الذين انتجوه.

إن المحاولة الأدبية تكتب في العزلة، خلافاً للمحاولة السياسية. ومن الصعب عليها أن تفرض ذاتها، وأن تخرج من حدود الوسط المثقف الذي أنتجها. كذلك لا بد أن نأخذ في الاعتبار أن المثقفين يشعرون بالاستنفار والتعبئة حيال ضرورة التنمية، إذ إنَّ اهتمام القرّاء والمؤلفين على حدٍّ سواء تستأثر به المشاكل السياسيّة والاقتصادية. إن المؤلّفين في الاجتماعيّات والسياسة والاقتصاد كثيرون، والقراء ميّالون الى قراءة مفيدة ومجدية. من هنا، تباين نسبة الأدب المسلي/ الأدب المفيد، بين البلدان وفقاً لحال تطورها الاقتصادي، كما لاحظ ذلك روبير إسكاربيت: أن النسبة هي ٢٠ إلى ٢٤٪ في البلدان المتطورة، وهي ١٠ إلى ١٤٪ في البلدان النامية(٢).

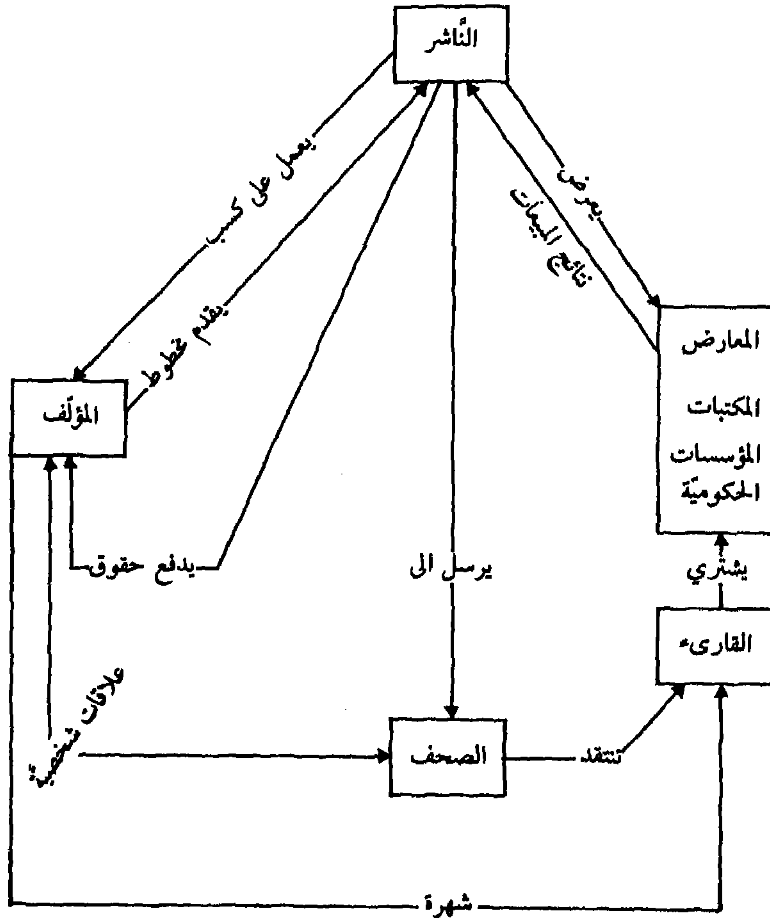
ج ـ ترسيم العلاقات

مما يلاحظ أنَّ معايير الإصدار والموضوعات معاً، سمحت لنا بأن نستكشف، في النشر اللبنانيّ، الفئات نفسها التي نجدها في النشر الفرنسي؛ لكنَّ معايير المقاسات والطبعات والأسعار تبيّن أنَّ الجمهور المنشود، مختلف أحياناً:

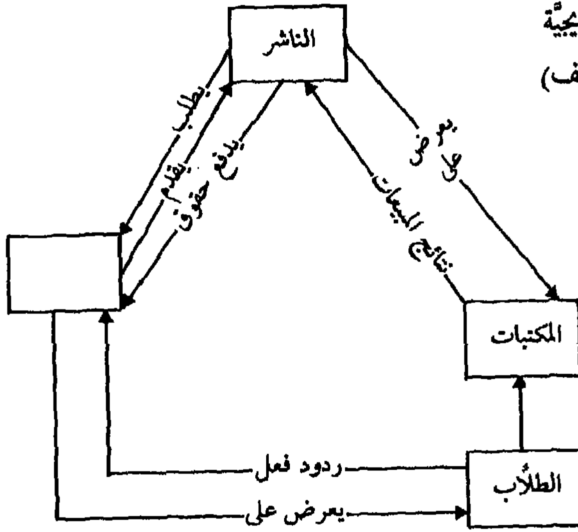
- إن فئة الإصدار الكبير، الممثلة بالكتاب المخصص للأطفال وبالكتاب المأثور، تخاطب الجمهور الأكثر ثراءً ويسراً؛ وهي بعيدة عن مفهوم الكتاب الجماهيري، المميّز للنشر الغربي ذي الإصدار الضخم.
- إن الفئة الوسيطة تتعلق بجمهور عريض من المثقفين. وهذه الفئة، هي مثل الكتاب الفرنسي من الفئة ذاتها، من صنع مؤلّفين ذوي شهرةٍ راسخة.
- إن فئة الإصدار الخفيف تُمثَّلُ بالكتاب المخصَّص للجامعيّين. وهي تنضم إلى الكتاب العلمي الفرنسي (ذي الإصدار الضئيل) لكنّها أقل تخصّصاً، ولا تزال من صنع مؤلفٍ واحدٍ، في غياب أعمال فريق البحث.

يمكنُ وضع الترسيمات التالية:

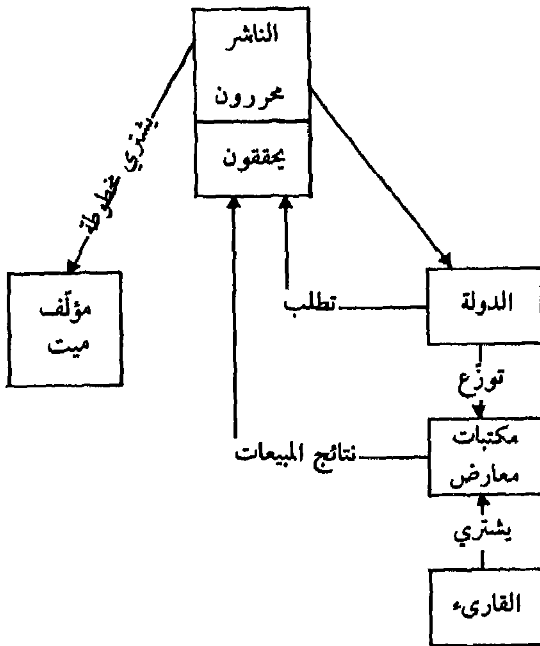
ترسيمة البنية الانتاجيّة والترويجيّة
للرواية ولكتاب الساعة (إصدار متوسط)



ترسيمة البنية الانتاجيّة والترويجيّة للكتاب الجامعيّ (إصدار ضعيف)



ترسيمة بنية انتاج وترويج الكتب ذات الإصدار الكبير



سيلاحظ في هذه الترسيمة الأخيرة غياب التواصل، إذ إنَّ العودة الوحيدة للمعلومات تكمن في نتيجة المبيعات.

د ـ اتجاهات الانتاج

في الانتاج اللبناني، تتجاور مختلف الأنماط والنماذج الانتاجيّة، ولكن، للحكم على طابع الثقافة العربية التي يحملها ويروج لها الكتاب المنتج في لبنان، لا بدّ من تحديد المكانة والأهميّة النسبيّة لكل نمط في مجمل الانتاج.

وعليه، إذا كان الانتاج الجامعي موجوداً طالما أن الجامعات قائمة، فإنَّ تطور الانتاج ذي الإصدار الكبير، هو الذي يبدو لنا الأكثر دلالة: وبالتالي، كنا قد بيَّنا أنَّ الانتاج ذو الإصدار الكبير، تطور خارج التبادل الثقافي بين الأوساط المثقّفة، وأنَّه يتوجّه إلى المشتري وهواة جمع الكتب/ التحف، أكثر مما يتوجه إلى القارىء النهائي. وهو عبر اعادة طبع المخطوطات القديمة، إنما يحفظ ثقافة اكليروسيّة، لا بل نقول ثقافة تلقينية، يوحي بها حب العناوين السجعية الغامضة الرنانة. وان تطور هذا الانتاج على حساب النشر المعاصر، يعتبر عقبةً أمام تجدد الإنتاج الفكري وتوسع القراءة وشمولها فئاتٍ من المجتمع أوسع فأوسع.

في المقابل، يبدو لنا أن توسّع النشر ذي الإصدار المتوسط، الذي يشمل المواضيع ذات الاهتمام العام، ومواضيع الساعة أو الروايات، هو الأكثر تشجيعاً لتعميم عادة القراءة لدى الراشدين الذين تخرّجوا من المدارس، وذلك بعرضه عليهم عناوين متجدّدة غالباً، في شكلٍ جذّاب ومقروء وبأسعار في متناول أيديهم. إن وجود نمط إنتاجي كهذا هو في نظرنا علامة على إضفاء طابع الديمقراطية على الثقافة، ومؤشر على أن الانتاج الفكري يخرج من النطاق الضيّق للمؤسسات التربوية، وعلى أنَّ النشر يتجنّب الجمود والتحجر في إعادة انتاج الماضي.

وكما بيّنا ذلك من قبل، فإن ميزان القوى راجح لصالح المؤلّف، إذ إن الناشر منسّقٌ لمناشط الانتاج والانتشار. لذا يمكن القول إن الابداع يتمتع في هذه الفئة بهامش أكبر من الحرية مما يتمتع به في الانماط الانتاجيّة الأخرى. وبما

أن مبادرة الابداع هي بين يدي المؤلف، فإنها تكون أقل خضوعاً للاعتبارات الاتجاريَّة؛ فالمؤلف شهيرٌ كفايةً ليفرض عمله على الناشر، في الوقت عينه لكي يتجاوز حدود النشر الجامعي وقيوده. وحيث إن سلطة المؤلّف تأتيه من اعتراف الوسط المثقَّف به، يمكن القول إن هذا الأخير يتدخل في الانتاج. وبالتالي فإن هذا النشر هو الذي يمكنه أن يشهد مزيداً من التجدّد، وإن هذا النشر أيضاً هو الذي يعمل على بلوغ الجمهور الأكثر اتساعاً، وأنه يقترب من النشر الغربي، من خلال أنواع الكتب التي ينشرها.

لكي نحكم على كون انتاج الكتب ينزع بالأحرى، الى نمط النشر ذي الإصدار المتوسط، مع عناوين متجدّدة تدور حول موضوعات ذات اهتمام عام، الى حد اجتذاب الجمهور العريض، أم أنه بخلاف ذلك يحصر جمهوره في الطبقات الأكثر يسراً وغنىً، وفي وسط المتمرسين على قراءة المخطوطات والملمين باللاهوت وعلم الكلام؛ وللتمكن من التأكيد على أنَّ الثقافة المروّجة تغدو أقل نخبوية شيئاً فشيئاً، لا بد لنا من متابعة تطورها، ومن إدخال المنظار التعاقبي في دراسة النشر. لقد كان عملنا وصفياً بوجهٍ خاص للحالة الراهنة للنشر، الحاملة في آنٍ معاً آثار الماضي ومؤشرات المستقبل. وكان ضرورياً، في ظلّ غياب كل دراسة حول النشر اللبناني، ونأمل أن يُستفاد منه في دراسة لاحقة، حيث يصبح من الممكن استقصاء البعد التاريخي.

وللحكم على المستقبل أيضاً، لا بد من القدرة على مقارنة أهمية كل نمط إنتاجي، ليس فقط من حيث عدد العناوين، بل من حيث عدد النسخ أيضاً. ان الخطوط البيانية التي رسمناها لانتاج الخمسينات ثم لانتاج الثمانينات، كانت مقتصرة على العناوين وحدها. فعلى الرغم من نقص المعلومات حول الانتاج السنوي، استطعنا أن نلاحظ تزايداً في نسبة النصوص التراثية بالمقارنة مع الأعمال المعاصرة، وكما نعلم الآن أن النصوص التراثية نفسها هي التي يعاد طبعها في معظم الأحيان، وهي التي تشهد الإصدارات الأكثر عدداً، فإننا نخشى أن تشكل بثقل ورقتها عبئاً كبيراً جداً على الثقافة العربيَّة.

إن نمو هذا النشر بالغ الخطورة بالنسبة الى الثقافة العربية، إذ إنّه يوفّر للناشر أرباحاً كبيرة، وبذلك يزيد من سلطته. ويمكنه أن يستخدمها لكي يحصر السوق في بلدان الخليج ويحبط الإبداعيّة من خلال اعادة انتاج المؤلفين أنفسهم.

«إن الجمع بين مختلف الوظائف، وأهمية حجم الأموال الموظفة والسيطرة على السوق، لا تعزّز سلطة الانتاج والانتقاء و/أو تقويم المؤلفين والمضامين فحسب. . . بل توطد أيضاً سلطة الترويج، وتحصر السوق في المجالات المربحة تجارياً»[٣].

كذلك لا بد من اكمال العمل بدراسات حول القطب الآخر لمنظومة الاتصال بواسطة الكتاب، نعني قطب القرّاء. فهذه الدراسات ستسمح للباحثين بأن يقارنوا بين العرض والطلب، ووضع نمذجة للقرّاء، مثلما أوجدنا نمذجة للكتب، وبذلك تسمح لهم بأن يحدّدوا ما هي طبقة القرّاء التي تُلبّي حاجتها اكثر من سواها، وما الطابع الطبقي للثقافة المعروضة. فمن شأن دراسات حول طلب القراءات في لبنان والأقطار العربية أن تفسح في المجال أمام نشر أكثر تكيّفاً مع حاجات القرّاء النهائيّين، ونوّد أيضاً أن نأمل بأنها ستشّجع على انتاج يلبي على نحو أفضل حاجات القرّاء اللبنانيّين، الذين لم تعد قدرتهم الشرائية المتضائلة، تسمح لهم بالوصول إلى الكتب المستوردة.

هـ ـ عادة القراءة

بيّنا في سياق البحث أنّ النشر العربي الذي يمارس الإصدارات الكبرى (أكثر من ٣٠ ألف نسخة) هو نشر فاخر، وأنّه لا يعرف مجموعات الجيب ذات الأسعار الزهيدة. ذلك أن المجتمع العربي لا يزال بعيداً عن أن يصبح مجتمعاً جماهيرياً حيث يكون لكل فرد منه حظ مماثل في الوصول إلى الإعلام والمعلومات. لم يظهر في خلال بحثنا وجود دورة شعبية لقراءة الكتاب، مستقلة عن الدورة الخاصة بالفئة المثقفة، مثل تلك التي ظهرت في البلدان الغربية[٤]. وعلى العكس، يمكن التأكيد أن الثنائية تتحقق بين دورات الكتب ودورات

انتشار المجلاّت: فالمكتبات تعرض الكتب على المثقفين الأقلّيين، والجرائد والمجلات وحدها معروضة على الجميع، في بسطاتٍ ورفوف مرتجلة، وفي أكشاكٍ موضوعة على طريق المارّة، في ما يطلق عليه اسم دورة الانتشار الشعبية.

ينبغي البحث عن تفسير لهذه الثنائية في تحليل لبنية التعليم في الأقطار العربية. فنلاحظ مع إستيڤال[٥] أنَّ الغرب لا يزال يشهد منظومة تعليمية ذات درجتين، حيث تتوصل أقليَّة فقط إلى تحمل نفقات التعليم الثانوي والجامعيّ. ولئن كان الانقسام في هذه البلدان يقع اليوم في مستوى الانتقال إلى الجامعة، نظراً لأن التعليم المتوسط والثانوي مجاني وشامل، فإنه يقع في الأقطار العربية وبشكل عام في البلدان النامية، عند مستوى أدنى، حيث تتابع أقليّةٌ دراساتها الثانوية.

لا يمكنُ لتباين كهذا إلاّ أن ينعكس على طلب القراءات: في البلدان الغربية، قراءة الكتب في متناول الجميع، والانقسام قائم على التمييز بين الكتب الشعبية (سلاسل الجيب، روايات، بوليسيّات. . .) وكتب للمثقفين. بينما في المجتمع العربي، حيث لا يتوافر للأغلبية، في أثناء دراساتها الابتدائية القصيرة، الوقت لاكتساب عادة قراءة الكتب، فتكتفي بالصحف والمجلاّت، ويعتبر الكتابُ بمثابة الرمز لموقع اجتماعي متقدم. من هنا، يمكن فهم غياب كتب الجيب في النشر العربي. فلم يصبح الكتاب وسيلةً للاتصال الجماهيري، لأن حاجة القراءة لم تتسع بعد لتشمل فئات السكان كافةً. يكفي أن نلاحظ أنَّ إنتاج الكتب في الأقطار العربية لم يزدد كثيراً منذ الثلاثينات، بينما نشهد انفجاراً في الإعلام العالمي. وعليه، ففي غضون ٣٠ سنة، تضاعف عدد العناوين المنشورة فقط، موازياً على وجه التقريب النمو السكاني، ولم تتغير نسبة عدد العناوين المنشورة للنسمة الواحدة[٦].

السنة	عدد السكان (بالألوف)	العناوين	النسبة
١٩٥٥	٧٧٧٠٤	٢٣٠٠	٠,٠٠٠٠٣
١٩٦٠	٩٢٣٧٤	٣٧٠٠	٠,٠٠٠٠٤
١٩٧٠	١١٧٧٤٠	٤٧٠٠	٠,٠٠٠٠٤
١٩٧٥	١٣٥٢٠٤	—	—
١٩٧٧	١٤٣٣١٦	٥٦٠٠	٠,٠٠٠٠٤[٧]

بين ١٩٦٠ و١٩٧٧، لم يعرض النشر العربي أكثر من ٠,٤ عنوان لكل مليون نسمة.

ليست قراءة الكتب محصورة في أقليّة من المثقّفين وحسب، بل إن عدد هؤلاء المثقفين لا يبدو أنه تزايد، كما لو أن الجيل الماضي ينقلب على القراءة، مع كل جيل جديد من القرّاء.

وفي الواقع، لم يعد الكتاب الوظيفي العربي كافياً لقسم معيّن من القرّاء المتخرّجين من إطار الجامعة: ذلك أنهم في ما يتعدّى مستوىً معيناً من الدراسات، يعتبرون القراءة الوظيفية التي يحتاجون اليها في اختصاصهم، متوافرة في المجلات العلمية الأجنبيّة. ويتحدّد امتلاك الكتب/ التحف بالمكانة المتوافرة في الشقق الحديثة. وتحتاج القراءة المسلية إلى تجديد عناوينها المعروضة، والى نشر إبداعي، وهذا شرط معدوم في النشر العربي الذي يشهد توجهاً ضئيلاً إلى نشر أعمال أدبية معاصرة.

ولكي تغدو القراءة عادةً، تحتاج أيضاً إلى أن تحظى بتشجيع لجهة الطريقة التي يوزع بها الكتاب، ومن موقف المجتمع حيال القراءة، وبشكل أعمّ لجهة نمط الحياة.

لقد رأينا أنّ توزيع الكتاب العربي كان محصوراً في نطاق المكتبة في المدينة الكبيرة، وأن الناشر بموقفه النخبوي كان يرفض بوجه عام التوزيع والترويج في الأكشاك ومكتبات القرطاسية والرفوف والبسطات الشعبيّة.

إن نمط الحياة العربيّة، لا سيما في الأسرة الواسعة، غير مؤاتية للقراءة التي تستلزم العزلة والصمت. وكذلك من المستحيل أن يقرأ المرء في ازدحام الحافلات واكتظاظ القطارات في المدن العربية.

أخيراً، يظل موقف المجتمع ملتبساً حيال عملية القراءة. فقد بيّنت[٨] دراسات أنّ القراءة اذا كانت ذات قيمة بالنسبة الى الشبّان، فإنها تعتبر بالنسبة الى الراشد علامة انعزال وإسقاط من المحيط العائلي. ومن هنا إحساس الراشد بالذّنب حيال فعل القراءة، الذي يجعله يفقده شيئاً فشيئاً عادة القراءة. وفي افريقيا مثلاً[٩] يعتبر فعل القراءة عملاً غير رجولي.

إن ضغوطات البيئة ودوافع القارىء غير مؤاتية للقراءة المسليّة في المجتمع العربي: وبما أنّ القراءة تعتبر وسيلة ارتقاء اجتماعي، يجري البحث عن قراءة تعليمية. وتعزز الازدواجية بين اللغة المحكية واللغة المكتوبة الطابع «الرمزي الاجتماعي» للكتاب وتعزل القارىء، والمثقف بعامةٍ، عن محيطه.

من المعلوم أن توسع عادة القراءة هي أفضل وسيلة لمنع الفئات الشعبية المتعلّمة من الوقوع مجدداً في الأميّة. ولذا، في مقابل الخيار بين واجبين، الذي يقترحه البعض:

«هل الأفضل عرض كتب رديئة، عوض اللاشيء، لخلق عادة القراءة؟»[١٠].

كنّا اخترنا عرض «الكتاب الرديء»، لولا اعتراضنا على حكم القيمة ذاته: فما يسمى أدب المحطات لا يستحق الازدراء أكثر من سواه، إذ تمكّن من تلبية ما يتوقعه القرّاء منه، واذا استطاع أن يجتذب اليه عدداً متعاظماً باستمرار. فعلى المدى البعيد، يربح الناشرون كل شيء من جرّاء تطويره، إذا غامروا في مجال أدب التسلية، بدلاً من الاستمرار في ممارسة النشر الوظيفي الأكثر ضماناً ولكنه الأكثر مدعاة للنفور، ونشر الكتب/ التحف ذات المردودية المباشرة ولكنّها مردودية محدودة في آخر المطاف.

بعد اربع سنوات

لقد انطلقت هذه الدراسة من فكرة مفادها أن سوق النشر اللبناني هي سوق عربية بشكل عام وخليجية بشكل خاص، وقد بينا ذلك من خلال تحليل المعطيات الاحصائية التي اجريناها. ويهمنا الآن بعد سنوات من انجازنا لهذه الدراسة التي تمت في العام ١٩٨٨ ان نتتبع مسار النشر اللبناني وأن نلاحظ آثار التطورات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي حدثت منذ ذلك الحين على سوق النشر، وكيف حاولت دور النشر التكيّف مع هذه الأوضاع الجديدة.

لقد حفلت السنوات الأربع الماضية بأحداث كبرى، حفرت عميقاً في المجتمعات العربية وأثرت بأنماط السلوك السياسي والايديولوجي السائدة، كما أسست لنمو تيارات فكرية تعيد النظر بمجمل الأوضاع القائمة، وتعمل على ايجاد مخارج ايديولوجية وسياسية لها. ولعل أبرز هذه الأحداث واكثرها أثراً على موضوع دراستنا كان ما يلي:

- احتلال الكويت وتحريرها بواسطة التحالف الغربي.
- توقف الحرب الأهلية اللبنانية وعودة الدولة.
- انهيار النظام الشيوعي العالمي بانهيار الاتحاد السوفياتي وحلفائه.

لقد جاء احتلال الكويت من قبل العراق ليفاقم من الركود الاقتصادي الذي

كان قد بدأ منذ فترة على أثر حرب الخليج الأولى وتقلص الانفاق العام لصالح الانفاق العسكري. فانعكس ذلك على سوق الكتاب بتراجع الطلب على الكتب والمنشورات في المشرق والمغرب بل وتوقفه تماماً في بعض الحالات كما في العراق والجزائر مثلاً.

كما انعكست الأوضاع الناشئة على شكل تنمية الاهتمام بمواضيع معينة جرى النشر فيها (الأوضاع السياسية في الخليج والعلاقات العربية والدولية تاريخياً وواقعياً) وتزايد الطلب عليها. كما كان لطبيعة الصراع وقيادة الغرب للحملة العسكرية على العراق أثر آخر في تنمية التيارات الأصولية وبروز مواقف تدعو الى اعادة النظر بالعلاقة بالغرب وأخرى معادية له، مما استتبع تزايد الطلب على كتب ومنشورات تعالج هذه المواضيع.

أما خليجياً فيبدو أن سلم الأولويات والاهتمامات قد تغيّر، مع التغييرات الديمغرافية التي حصلت خاصة في الكويت، وتنبه الخليجيون الى ضرورة أن يكون لهم الكلمة الأولى في ما تقوله وسائل الاعلام في بلادهم. فبدأنا نلاحظ تزايداً مضطرداً في عدد دور النشر العاملة في الخليج.

وقد أدى انهيار النظام الشيوعي الى انكفاء الطلب على المنشورات ذات الطابع اليساري لصالح الطلب على كتب التراث للبحث عن حلول لمشاكل المجتمع العربي خارج الأفكار الغربية «المستوردة».

أما على صعيد النشر اللبناني فنلاحظ ما يلي:

أولاً: تراجعت نسبة الكتب اللبنانية الى مجموع الانتاج العربي من ٧٥ بالمئة الى ٦٠ بالمئة. ويمكن رد أسباب ذلك الى نشوء دور نشر في بعض البلاد العربية التي كانت حتى وقت قريب من أهم الدول المستوردة للكتاب اللبناني، وتزايد تغطية هذه الدور لحاجات سوقها المحلي، بالاضافة الى ارتفاع كلفة انتاج الكتاب اللبناني (مواد أولية ويد عاملة) وبالتالي تضاؤل مجالات المنافسة في الأسعار[1].

ثانياً: واجهت دور النشر حالة الركود الاقتصادي وتراجع سوق الكتاب، فقامت بتخفيف وتيرة الانتاج لديها حيث رفضت العديد من المخطوطات وأجلت بعضها. كما كفت بعض دور النشر عن إعادة طباعة ما نفد حيث نلاحظ أن قائمة منشوراتها تتضاءل يوماً بعد يوم.

والمفارقة الملفتة للنظر هي في ارتفاع عدد دور النشر الى ضعف ما كان عليه في العام ١٩٨٦. إلا أن ذلك يجب أن لا يخدعنا فالدور الجديدة هي مؤسسات صغيرة تهدف الى خدمة أغراض متعددة، النشر احدها، الى جانب طباعة الملصقات وتسجيل الكاسيت والرسم والتجارة. ومنها أيضاً ما هو مرتبط بمراكز أبحاث ذات أهداف سياسية وتحتاج الى اجازة لاصدار منشوراتها. أما القسم الأعظم من الانتاج (٨٠٪) فما زالت تقوم به حوالى الخمسين دار نشر اياها كما كان الحال في السابق[٢]. وقد بلغ عدد المشاركين في معرض الكتاب هذا العام ١٣٢ دار نشر أي حوالي ربع عدد الدور المسجلة في لبنان فقط.

ثالثاً: يمكن القول أن السمات العامة لإنتاج دور النشر اللبنانية التي رصدناها في دراستنا ما زالت قائمة، وهي توزع الانتاج الرئيسي في اتجاهين متعارضين: الكتاب الجامعي والكتاب التراثي والديني. إلاّ أننا نلاحظ أن هناك مؤشرات تعديل في سياسة النشر اللبناني:

١ - يظهر توزّع الانتاج حسب فئات المواضيع أن هناك بعض التنويع في المواضيع المنشورة، مع تزايد نسبة كتب اللغة وكتب العلوم البحتة والتطبيقية، وارتفاع ملحوظ للمجموعات العامة كالموسوعات والقواميس والخ[٣]...

٢ - تبدو موجة نشر الكتب التراثية بغلاف فاخر («الكتاب - التحفة») في انحسار، ويمكن رد ذلك الى سببين: الأول تراجع الاقبال على شراء الكتب بشكل عام في دول الخليج، المستهلك الأول للكتب التراثية الفاخرة، والثاني هو تشبع السوق منها، خاصة وأن نفس العناوين يعاد نشرها لدى أكثر من ناشر. وبالعكس نلاحظ تزايد الاهتمام بنشر وتحقيق

بعض المخطوطات التي لم تنشر من قبل، وكذلك بالمنشورات التي تعنى بدراسة التراث والتأمل فيه أكثر من كتب التراث بحد ذاتها التي تقتنى وقلما تقرأ.

٣ ـ ان الجمهور النسائي للكتاب، الذي توقعنا في دراستنا أن يشكل جمهوراً هاماً يجدر التوجه اليه، يلقى حالياً تزايداً في اهتمام الناشرين، يعبّر عن ذلك عدد الكتب المنشورة في مواضيع الطبخ وتربية الأطفال والعلاقات الزوجية والجنسية، والعناية بالجمال والروايات، يصدر بعضها على شكل سلاسل اسبوعية أو شهرية. ولا تقف الكتب الموجهة للجمهور النسائي عند هذا الحد، فهناك منشورات اكثر جدية في علم النفس وعلم الاجتماع والدين، تعالج وضع المرأة وحقوقها.

٤ ـ تلاقي كتب الحاليات التي تروي أحداثاً معاصرة رواجاً لدى القراء. وقد صدر عدد منها حول حرب الخليج، ومذكرات بعض الشخصيات العربية البارزة.

٥ ـ لقد شكونا في دراستنا من غياب الكتاب الشعبي الذي يمكنه تعميم عادة القراءة لدى كل الطبقات الاجتماعية. وعلى الرغم من عدم وجود ما يعادل كتاب الجيب الذي يتميّز بجودة النص الذي يحتويه وجاذبية غلافه ورخص سعره، إلّا أن عدد الكتب رخيصة الثمن وخفيفة الموضوع في تزايد (كتب الفكاهات والالعاب وسيرة الرياضيين والخ . . .). ويمكن أن يكون لتراجع حركة تصدير الكتب الى الأسواق العربية دور في توجه قسم من الانتاج الى هذا النوع الخفيف من الكتب الذي يخاطب جمهوراً مختلفاً نوعاً، وحيث تتمتع السوق المحلية اللبنانية بحصة هامة منه.

رابعاً: جرى تجديد أساليب التسويق وقنوات التوزيع كأن نرى بعض دور النشر لا تتردد في ارسال المروجين الى المدن والقرى اللبنانية، ليعرضوا الكتب على القراء داخل منازلهم أو مكاتبهم، وذلك بهدف توسيع انتشار منتوجاتهم خارج العاصمة[٤]. وقد افتتح منذ بعض الوقت معرض دائم للكتاب في

بيروت، وهو نوع من سوق صغيرة تعرض فيها دور النشر أهم منشوراتها وتقدم اسعاراً تشجيعية وحسومات تتراوح بين ٢٠ الى ٣٠ بالمئة. كما أن بعض الناشرين اصبح يرصد الميزانيات الخاصة للاعلانات وهذا نادراً ما كان يحدث سابقاً.

هذه العوامل كلّها شجعت القراءة في الجمهور اللبناني، فأعيد الاعتبار للسوق اللبنانية في ظل تراجع السوق العربية أمام الكتاب اللبناني. وقد تبيّن أن الجمهور اللبناني جدير باهتمام الناشرين، فعدد القراء المحتملين يتزايد مع وصول اعداد أكبر من الطلاب الى المرحلة الثانوية والجامعية (أربعون ألف طالب انهوا دراستهم الثانوية هذه السنة). وهو جمهور متنوع الاهتمامات، من الكتاب السهل بهدف التسلية الى الكتاب الفكري في المجالات الاجتماعية والتاريخية والسياسية. إن الأحداث التي مرت على لبنان طرحت على الجميع تساؤلات حول الهوية والتراث والتاريخ واتجاهات المستقبل علمياً تقنياً أم سياسياً. وقد ساهم تعدد محطات التلفزيون والاذاعة في انتشار النقاش السياسي وفي خلق الحاجة الى معلومات، يبقى الكتاب الوسيلة الفضلى لاكتسابها وتعميقها.

إن ما تقدم لا يطرح، أبداً أن السوق اللبنانية سوف تكون البديل عن السوق العربية بالاجمال، إنما يشير الى اتجاهات التوسع والتكيّف لدى دور النشر اللبنانية، فحيث هناك أسواق يجب تغذيتها بما تتطلبه واذا كان ما لاحظناه من اهتمام بالسوق اللبنانية قد أشار الى تنويع الانتاج ليطال الجمهور الأوسع، فليس ما يمنع أن يبحث غداً القيمون على النشر اللبناني عن الأساليب الاجدى لتطوير عملهم في الأسواق العربية الخليجية، فهذه الأخيرة قد تطورت جداً ولم تعد تقبل بأي شيء يعرض لها كما كان الحال سابقاً، بل بات لديها خصائص محددة لما تطلبه، وهذا ما نشهده تقريباً في جميع مجالات الأعمال والمشاريع.

لن تكون الظروف الحالية أكثر من طارئة، فطالما يتمتع النشر اللبناني بهذا الحد من الحرية وهذه القدرة على الانتاج والتنويع فسوف يبقى المورد الأول ومركز النشر الرئيسي للكتاب في العالم العربي كله.

الحواشي

مدخل

(١) Shills, E.- «Intellectuals». In: International Encyclopedia of the Social Sciences, vol. 7-8, p. 402.

(٢) Escarpit, R.- «Literature: the sociology of literature». In: International Encyclopedia of the Social Sciences, vol. 9-10.

(٣) Matchell, R.- «The American best-seller». In: Bookselling, reviewing and reading.- Cambridge: Chadwyck Healy, cop. 1978, pp. 31-39.

(٤) Spire, A. et Viola, J-P.- La bataille du livre.- Paris: Editions Sociales, 1976.

(٥) Bouvaist, J.-M.- «Schémas pour une approche des systèmes éditoriaux». In: Schémas et schématisation, n. 14, p. 39.

(٦) Kotei, S.T.A.- Le livre aujourd'hui en Afrique.- Paris: Les Presses de l'Unesco, 1982.

(٧) المقصود هنا النشر التجاري الذي يهّمنا أكثر من النشر على حساب المؤلّف، أو النشر المدعوم من جمعيات ذات هدف غير نفعي، يمكن اعتبارها كحالات خاصة في منظومة الاقتصاد الحر. في دراسة النّشر التجاري، يمكن البحث عن أثر الجري وراء الربح في الثقافة المروّجة.

(٨) الأخرس، م، في شؤون عربيّة، العدد ١١، ص ١٩١ ـ ١٩٩. «المكتبة العربية الوطنية».

(٩) Ben Cheikh, A.- «La question de la diffusion: omniprésence et obstacles». In: Revue tunisienne de communication, n° 7; p 29.

(١٠) Chamoun, M.- «Illusion, souffrance et créativité». In: L'Orient-Le Jour, 1 mars 1987.

(١١) Escarpit, R.- «Edition». In: Encyclopedia Universalis, vol. 5.- Paris, 1976, pp. 956-960.

(١٢) دليل الكتاب.ـ انطلياس: الحركة الثقافية، ١٩٨٥.
(١٣) توزّع إحصاءات الأونيسكو عناوين الكتب على مراتب موضوعية كبرى (تصنيف CDU) لا تختلف إلاّ من حيث الألسنية عن مراتب تصنيف ديوي (Dewey) التي استعملناها.
(١٤) مرسوم قانون، رقم ١٢٢، ٢٠ تشرين الثاني/ نوفمبر ١٩٤١.
(١٥) لبنان. المكتبة الوطنية.ـ النشرة البيليوغرافية اللبنانية، ١٩٦٤.
(١٦) الكتاب العربي في لبنان.ـ بيروت: النادي الثقافي العربي، ١٩٧٩.
(١٧) شيخو، ل. ـ «تاريخ فن الطباعة في الشرق». في: المشرق ٥/٤/٣ (١٩٠٠ ـ ١٩٠١).
(١٨) Nasrallah, J.- L'Imprimerie au Liban.- Beyrouth: Imp. Saint Paul, 1948.
(١٩) شرارة، عبد اللطيف. ـ قضية الكتاب اللبناني. ـ بيروت: جمعية أصدقاء الكتاب، ١٩٦٢.
(٢٠) انظر المصادر والمراجع.
(٢١) هيئة الأمم المتحدة. ـ توصيات لإحصاء الكتب والدوريّات.
(٢٢) لبنان. نقابة الناشرين. ـ نظام نقابة الناشرين اللبنانيين، ١٩٨٢.
(٢٣) قانون المطبوعات، ١٩٦٢/٩/١٤. في: بطرس، عادل. مجموعة قوانين المطبوعات في لبنان من ١٩٦٥ لغاية ١٩٧٩. ـ بيروت، ١٩٨٠.
(٢٤) قانون المطبوعات. في: بطرس، عادل، مرجع سابق.
(٢٥) Estivals, R. - La bibliométrie bibliographique. - Lille, 1971.
(٢٦) Estivals, R. - idem.
(٢٧) حسب توصيات الأمم المتحدة، المقصود بـ عنوان: «نشرة مطبوعة تشكّل كلاًّ مميّزاً. سواء كان في جزء أم في عدة أجزاء».
(٢٨) Escarpit, R.- La révolution du livre. - Paris: Unesco, 1969.
(٢٩) Escarpit, R. - idem
(٣٠) قانون حقوق المؤلّفين، ١٩٢٤. في: بطرس، عادل، مرجع سابق.
(٣١) Chamoun, M. - op. cit.
(٣٢) Schills, E. - op. cit.
(٣٣) Martin, H-J.- Histoire de l'édition française.- Paris: Promodis, 1983.
(٣٤) Coupry, F.- Ecrire, c'est vendre.- Paris: Hallier, 1976, p. 36.
(٣٥) Breton, J.- «Les normalités dans la production et la diffusion des écrits». In: L'écrit et le document.- Paris, 1981.

الفصل الأول:

(١) Gdoura, W.- «Le Livre arabe imprimé en Europe». In: Revue Maghreb. Doc., I (1983) pp. 37-69.
(٢) Pederson, J.- The Arabic book.- Princeton, NJ, 1984. Compte rendu dans An-Nasher al-arabi, 6, (1986).

(٣) Gdoura, W.- op. cit., p. 45.

(٤) Ibid. p. 53.

(٥) Ibid. pp. 53-58.

(٦) Gdoura, W.- Le début de l'imprimerie arabe au Proche- Orient: évolution de l'environnement culturel.- 1982.- Thèse, 3ème cycle.- Paris: Sorbonne, 1982.

(٧) Pederson, J.-op. cit.

(٨) شيخو، لويس. ـ «تاريخ فن الطباعة في المشرق». في: المشرق، ٢ و٧ (١٩٠١).

(٩) شيخو، المرجع السابق. يتوقّف التأريخ المفصّل للأب شيخو عند منعطف القرن. وبالنسبة الى الستين التالية، سيتعين علينا أن نكتفي بوصفٍ دون معطياتٍ دقيقة، حتى الستينات التي توافرت فيها وانطلاقاً منها معلومات على شاكلة إحصاءات وبيبلوغرافيّات.

(١٠) Nasrallah, J.- L'Imprimerie au Liban.- Beyrouth: Imp. Saint Paul, 1948.

(١١) Nasrallah, J.- op. cit.

(١٢) شرارة، عبد اللطيف. ـ قضيّة الكتاب اللبناني. ـ بيروت، ١٩٦٢.

(١٣) مثال ذلك أن دار الطليعة كانت تنشر الأعمال الكاملة لكيم إيل سونغ، وبذلك يمكنها تغطية نفقات نشر أعمال مؤلفين عرب شبّان.

(١٤) Nasrallah, J. - op. cit

(١٥) حطب، زُهير ـ «نشر الكتاب العربي»، في: قضايا عربية، السنة ٧، العدد ١ (عدد خاص ٨؛ كانون الثاني/ يناير ١٩٨٠) ص ١٦١ ـ ١٦٩. يتضمن هذا المقال نسباً مئوية عن الإنتاج اللبناني، قوامها فرز قوائم الناشرين. ولم تتوفر لنا الإمكانيّة لتقويم تمثيليّة القوائم المفروزة، والتحقق من كون تصنيف العناوين متماسكاً بالنسبة إلى عملنا الخاص، كما أننا لم نستطع تعميق محتوى كل صنف. غير أننا لا نريد تجاهل المعلومات التي يُقدمها لنا هذا المقال، في غياب أي مصدر إعلامي آخر عن هذه الحقبة التي كانت بالغة الأهميّة في تطور الكتاب اللبناني. وبالتالي سنستعملها كنقاط مقارنة.

(١٦) إجمالاً، بالنسبة الى الأعوام ١٩٠٠، ١٩١٤، ١٩٧٧، ١٩٨٦، تعتبر المصادر من طبيعة واحدة، قوائم مطبوعات ولوائح وأدلّة تشير الى مجمل إنتاج المنشأة المتوافر، كثمرة عدّة سنوات من النشر، وهي مناسبة لإجراء مقارنة عامّة. وفي دراسة تطوريّة أدّق لإتجاهات الانتاج، ستستثمر إحصائياً البيبلوغرافيات الجارية التي تشير الى الانتاج السنوي.

(١٧) Volney .- Voyage en Syrie et en Egypte pendant les années 1738, 1784 et 1785.- 4 éd.- Paris, 1807.

ورد عند نصر الله، مرجع سابق، ص ٣٧.

(١٨) انظر الجدولين ١ و٢.

(١٩) سنحسبها تقريبياً، انطلاقاً من أرقام الجدول ١.

(٢٠) شرارة، مرجع سابق.

(٢١) شرارة، مرجع سابق.

(٢٢) شرارة، مرجع سابق.

(٢٣) شرارة، مرجع سابق.
(٢٤) Escarpit, R.- La Révolution du livre.- Paris: Unesco, 1969, p. 103.
(٢٥) أنظر الملحق رقم ٧: قائمة العناوين التي يتكرر نشرها.
(٢٦) Laroui, A.- La crise des intellectuels arabes.- Paris: Maspéro, 1974, p. 115.
(٢٧) Corm, C.- Le Proche-Orient éclaté.- Paris: Maspero, 1983, p. 261.
[قرم، جورج. ـ انفجار المشرق العربي. ـ بيروت: دار الطليعة].
(٢٨) انظر الجدول ٤.
(٢٩) حسب إحصاءات الأونيسكو للعام ١٩٧٩ و ١٩٨١:

	لبنان	الولايات المتحدة	اليابان	فرنسا	إسرائيل	مصر	هنغاريا
علوم	١,٧٨	٨,٧٥	٦,٤	٦,١٨	٧,٤٦	٨,٥	٩,٠٣
علوم مطبقة	٢,٢٠	٢٣,٥٠	١٤,٥	١١,١٧	٥,٦٧	١١,٣٦	٢٨,٥٠

ولنتذكّر أيضاً أنّ فئة العلوم المطبّقة تتضمن فئة فرعيّة خاصة بالعناوين التي تخاطب غير المتخصّصين (بالنسبة إلى لبنان، ٧٥٪ من مجمل فئة «العلوم المطبقة»، الأمر الذي يخفض بهذا المقدار نسبة المؤلفات العلمية الضرورية للتنمية الاقتصادية.

(٣٠) Escarpit, R. - La Révolution du Livre.- Paris: Unesco, 1969, p. 78.

(٣١)

	لبنان	الولايات المتحدة	اليابان	فرنسا	اسرائيل	مصر	هنغاريا
فنون	١,٥	٨,٦	١٤,٦	٨,٢	٢,١	٣,٥	٨,٠
أدب	٣١,٧	٩,٣	٣١,٦	٣٨,٩	٤٠,٨	٢٠,١٧	١٩,٠٠

الفصل الثاني:

(١) Abul Hassan.- Le livre dans les pays multilingues.- Paris: Unesco, 1978.
(٢) حطب، زهير. ـ «نشر الكتاب العربي». في: قضايا عربيّة، السنة ٧، العدد ١ (كانون الثاني/ يناير ١٩٨٠)، ص ١٦٣.
(٣) راجع تعريف العنوان في الفصل الأول.

(٤) Coupry, F.- Ecrire, c'est vendre. - Paris: Hallier, 1976.
(٥) Escarpit, R. - «Edition». In: Encyclopeadia Universalis, v. 5, Paris, 1976.

الفصل الثالث:

(١) Ben Cheikh, A. - «La question de la diffusion omniprésence et obstacles». In: Revue tunisienne de communication, n 7 (1985), p. 29.
(٢) Ben Cheikh A.- op. cit., p. 27.
(٣) Ben Cheikh A. - op. cit., p. 27.
(٤) Escarpit, R. - Sociologie de la littérature.- Paris: PUF, 1978, p. 45.
(٥) Escarpit, R. - op. cit., p. 51.
(٦) حول موضوع هذه القرصنة الفكرية، راجع: مجلة عالم الكتب، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب، العدد ١، آذار/ مارس ١٩٨٤.
(٧) Sartre, J-P. - Plaidoyer pour les intellectuels. - Paris: Gallimard, 1972, p. 18.
(٨) Sartre, J.-P.- op. cit., p. 38.
(٩) Sartre, J.-P. - op. cit., p. 41.
(١٠) Coupry, F.- Ecrire c'est vendre-Paris: Hallier, 1976.
(١١) Escarpit, R. -Le littéraire et le social.- Paris:, Flammarion, 1970, p. 22.
(١٢) Coupry, F.- op. cit., p. 36.
(١٣) انظر الفصل الرابع.
(١٤) راجع الفصل الثاني.
(١٥) انظر لاحقاً أهمية الرقابة العربية، وبالأخص تأثيرها في تعديلات النص.

الفصل الرابع:

(١) وصفه شارل نزار:
Nisard, Charles. - Hist. des livres populaires ou de la littérature de colportage.- Paris, 1964.

ورد في:
Escarpit, R.- La révolution du livre.- Paris: UNESCO, 1969, p. 25.,
(٢) Escarpit, R.- op. cit.
(٣) المقصود: المكتبة الحديثة.
(٤) يمكن ذكر عدّة دراسات حول القراءة، خصوصاً استطلاع النقابة الوطنية للناشرين (فرنسا)؛ دراسة جوفر دومازدييه وجان هاسنفورده، ودراسة ميشال لوبرو ودانيال زيمرمان (راجع لائحة مصادرنا ومراجعنا).
(٥) لحظها التحليل الموضوعاتي للمقابلات الحرّة مع الناشرين.

(٦) مقابلة مع الناشرين.
(٧) حطب، زهير: ـ «معوقات إنتاج المطبوعات العربية ونشرها». في: قضايا عربية، السنة ٧، العدد ٥، عدد خاص ١٢ (أيار/ مايو ١٩٨٠)، ص ص ١١٣ ـ ١٢٤.
(٨) Escarpit, R. - La révolution du livre. - Paris: Unesco, 1969, p. 120.
(٩) النادي الثقافي العربي. ـ ملخّص دراسة إحصائية حول الواقع الثقافي/ الاجتماعي، ١٩٨٢ (غير منشور).
(١٠) النادي الثقافي العربي. ـ معرض الكتاب اللبناني، الكتب الأكثر مبيعاً، ١٩٨٠ ـ ١٩٨٥ (غير منشور).
(١١) Salib, B. - «Problems of book development in the Arab world, with special reference to Egypt.» In: Library trends, Vol. 26, n. 4.
(١٢) الجامعة العربية، السكو. ـ وسائل تيسير تداول الكتاب العربي ونشره. ـ الدوحة، ١٩٧٢.

الخلاصة:

(١) Breton, J.- «Les normalités dans la production et la diffusion des écrits». In: L'écrit et le document. Paris: Société de bibliologie et de schématisation, 1981.
(٢) Escarpit, R.- La révolution du livre.- Paris: Unesco, 1969.
(٣) Ben Cheikh, A. - «La question de la diffusion: omniprésence et obstacles». In: Revue tunisienne de communication, n. 7., p. 25.
(٤) Escarpit, R., et Robine, N.- Atlas de la lecture à Bordeaux.- Bordeaux: Faculté des lettres et des sciences humaines, 1963.
(٥) Estivals, R. - «Création, consommation et production intellectuelle.» In: Le littéraire et le social.- Paris: Flammarion, 1970.
(٦) Unesco. Annuaire statistique.- Paris: Unesco, 1961, 1965, 1980.
(٧) سنة ١٩٧٥ قدّر عدد السكان العرب بـ ١٣٥٢٠٤٠٠٠ نسمة، مع نمو سنوي متوسط بنسبة ٣ بالمئة، وانطلاقاً من هذه المعطيات أحصينا سكان ١٩٧٧.
(٨) Lobrot, M. et Zimmermann, D. - La lecture adulte, - Paris: ESF, 1975.
(٩) Smith, K.- «Books and development in Africa: access and role». In: Library trends, vol. 26, n. 4. (1978), pp. 469-487.
(١٠) Kotei, S.- Le livre aujourd'hui en Afrique. - Paris: Unesco, 1982.

بعد اربع سنوات

(١) البعلبكي، روحي.ـ «لبنان الثقافة، لبنان الكلمة». نص المحاضرة التي ألقاها في الانترناشيونال كولدج في أيار ١٩٩٢. (غير منشورة).
(٢) المصدر نفسه.

(٣) تـوزع انتاج الكتب حسب فئـات المواضيـع بمقارنـة بين النسب التي أحصينـاهـا عـام ١٩٨٦ في كاتالوجات الناشرين والنسب المبنية على إحصاءات النادي الثقافي العربي خلال معـرض الكتاب العربي في كانون الأول ١٩٩١ .

الموضوع	عام ١٩٨٦	عام ١٩٩١
عام	٪٠٢,٧	٪١٣,٤
فلسفة وعلم نفس	٪٠٦,٨	٪ ٣,٤
دين	٪٢٣,٢	٪٢٤,١
علوم اجتماعية	٪١٥	٪٥
لغات	٪٠٣,٤	٪٩
علوم بحتة	٪٠١	٪٥,٢
علوم تطبيقية	٪٠٣,٩	٪٥,٥
فنون	٪٠١,٧	٪٤,٧
أدب	٪٢٨,٧	٪٢٠,٤
تاريخ وجغرافيا	٪١٣,٤	٪٩,٢
	٩٩,٨	٩٩,٩

(٤) مقابلة مع الدكتور روحي بعلبكي . تموز ١٩٩٢ .

المراجع والمصادر

(بيبلوغرافيا)

إنّ تنوّع الدراسات المتعلّقة بالكتاب والنشر، منذ تاريخ الكتاب حتى تقنيّات إنتاجه، قادنا إلى إتّباع التصنيف الموضوعاتي لمراجعنا ومصادرنا. ونحن في الواقع نتبع النّسق المنطقي للموضوع، كما تناولناه في هذا الكتاب.

بعد الوثائق التي تتناول الجانب التاريخي للكتاب، سنقوم بتصنيف كل المؤلفات العامة المتعلّقة باجتماعيّات الكتاب، التي شكّلت الأساس النّظري لدراستنا، لنميز بعد ذلك الكتب التي تتناول جانباً خاصاً من جوانب الكتاب: الكتابة والقراءة بوجهٍ خاص. وأنّ دراسات الحالات، التي استخدمناها كأمثلة، والمعلومات المتعلّقة بالنشر العربي، سترد في نهاية هذه البيبلوغرافيا التي نريدها أن تكون دليلاً/ مرشداً لدراسة الموضوع، بدلاً من أن تكون جردة موسّعة.

سيُلاحظ أنّ الوثائق جرى تصنيفها حسب النوع داخل أبواب الموضوعات، كما أن المراجع بالعربية واردة على حدة، تليها المراجع بالأجنبية.

تاريخ الكتاب

الكتب:

بالعربية:

- رضوان، أبو الفتوح. ـ تاريخ مطبعة بولاق ولمحة عن الطباعة في بلدان الشّرق الأوسط. ـ القاهرة: المطبعة الأميركيّة، ١٩٥٣.

- ثابت، خليل. ـ تاريخ الطباعة في الشّرق العربي. ـ القاهرة: دار المعارف، ١٩٥٨.
- ياغي، هاشم. ـ ملامح المجتمع اللبناني الحديث. ـ بيروت: دار بيروت، ١٩٦٤.

بالأجنبيّة:

— Histoire de l'édition française/ réalisée sous la direction générale de Henri-Jean Martin et Roger Chartier, en collaboration avec J-P. Vivet.- Paris: Promodis, 1983-1984.
— Nasrallah, Joseph.-L'Imprimerie au Liban.- Beyrouth: Imp. Saint Paul, 1948.
— Pederson, Johannes.- The Arabic Book.- Princeton, N.J.: Princeton Univ. Press, 1984.
— UNESCO: Exposition le livre et le Liban jusqu'à 1900/ ouvrage publié sous la direction de Camille Aboussouan.- [S.l]: [S. n], 1982 [Paris, Imp. Union].

مقالات ومساهمات

بالعربية:

- شيخو، لويس. ـ «تاريخ فن الطباعة في المشرق» في: المشرق، السنة ٣، الأعداد ٧٨، ١٧٤، ٢٥١، ٣٥٥، ٥٠١، ٧٠٦، ٨٣٩، ٩٩٨، ١٠٣٠.
السنة ٤، الأعداد ٨٦، ٢٢٤، ٣١٩، ٤٧١، ٥٢٠، ٨٧٧.
السنة ٥، الأعداد ٦٨، ٤٢٣، ٨٤٠.

بالأجنبية:

— Gdoura, Wahid.- Le Livre arabe imprimé en Europe: une étape importante dans les relations Orient-Occident (1514-1700)». In: Revue maghrébine de documentation, n.1 (oct. 1983). pp. 37-69.
— Martin, Henri-Jean: «La naissance d'un médium» In: Le livre français; 1972 année internationale du livre.- Paris: Imp. nationale, 1972, pp. 45-52.

تقارير ووثائق خارج التداول:

— Gdoura, Wahid.- Le Début de l'imprimerie arabe au Proche-Orient: évolution de l'environnement culturel (1706-1787).- Thèse 3ème cycle, Sorbonne: Paris, 1982.

اجتماعيّات الكتاب: مراجع عامّة:
الكتب:

- البنهاوي، محمّد أمين. ـ عالم الكتب والقراءة والمكتبة. ـ جدّة: دار الشّروق، ١٩٨٠.
- سميث، داتوس س. ـ صناعة الكتب [ترجمة لـ A guide to book publishing]. ـ الأسكندرية: المكتب المصري الحديث، ١٩٧٠.
— Bailey, Herbert S. Jr. - The Art and science of book publishing. - New York: Harper and Row, c. 1970.
— Bourdais, Françoise. - L'Edition. - Paris: Dafsa, 1971.
— Coupry, François. - L'Anti-éditeur. - Paris: Hallier, 1976.
— Escarpit, Robert. - L'Ecrit et la communication. - Paris: PUF, 1984, c. 1973. - (Que sais-je?; 1546).
— Escarpit, Robert. - La Révolution du livre. - Paris: Unesco, 1969.
— Escarpit, Robert. - Sociologie de la littérature. - Paris: PUF, 1964. - (Que sais-je?; 777)
— Estivals, Robert. - La Bibliologie: introduction historique à une science de l'écrit. - Paris: Société de bibliologie et de schématisation, 1978.
— Estivals, Robert. - La Bibliométrie bibliographique. - Lille: Presses de l'Université de Lille III, 1971.
— Genin, Marie-Thérèse. - L'Editeur. - Paris: Librairies techniques, 1960.
— Grannis, Chandler B. - What happens in book publishing. - 2nd. ed. - New York: Columbia University Press, 1967.
— Le Littéraire et le social/ sous la direction de R. Escarpit. - Paris: Flammarion, 1970.
— La Littérature et le reste: éléments de bibliologie contemporaine. - Paris: ENSB, 1978.
— Machery, Pierre. - Pour une théorie de la production littéraire. - Paris: Maspéro, 1966.
— Mcluhan, Marshall. - La Galaxie Gutenberg face à l'ère électronique: les civilisations, de l'âge oral à l'imprimerie. - Tours: Mame, 1967.
— McLuhan, Marshall: - Pour comprendre les média. - Tours: Mame, 1967. - p. 199-207.

- Pour ou contre McLuhan. - Paris: Seuil, 1969.
- Roubakine, Nicolas. - Introduction à la psychologie bibliologique: la psychologie de la création des livres, de leur distribution et circulation, de leur utilisation par les lecteurs, les écoles, les bibliothèques, les librairies etc.: théorie et pratique. - Paris: J. Povolozky, 1922.
- The Sociology of literature/ edited by Peter Davison, Rolf Meyerson, Edward Shils. - Cambridge: Chadwyck-Healey, c. 1978. - (Literary taste, culture and mass communication; 6).
- Spire Antoine et Viala, Jean-Pierre. - La Bataille du livre. - Paris: Editions sociales, 1976.

مقالات ومساهمات

- Altbach, Philip. - «Publishing and the intellectual system». In: Perspectives on publishing, The Annals of the American Academy of Political and Social Science, vol. 421 (Sept. 1975).
- Bouvaist, Jean-Marie. - «Schémas élémentaires pour une approche des systèmes éditoriaux». In: L'écrit et le document. - Paris: Société de bibliologie et de schématisation, 1981. - (Schéma et schématisation; 13; 14).
- Berton, Jacques. - «Le Concept de système de production-diffusion pourrait-il constituer un mode d'approche efficace de l'édition contemporaine?». In: Bulletin des bibliothèques de France, t. 24, n. 2 (fev. 1979).
- Breton, Jacques. - «Les Normalités dans la production et la diffusion des écrits». In: L'écrit et le document. - Paris: Société de bibliologie et de schématisation, 1981. - (Schéma et schématisation; 14).
- Chartier, Roger, Martin, Henri-Jean et Vivet, Jean-Pierre, - «Le Livre des livres: entretien avec Roger Chartier, Henri-Jean Martin et Jean-Pierre Vivet». In: Bulletin des bibliothèques de France, tome 29, n. 4 (Juillet-Août 1984) p. 314-321.
- Escarpit, Robert. - «L'Edition». In: Encyclopeadia Universalis, vol. 15.- Paris: Encyclopeadia Universalis, 1976. - p. 956-960.
- Escarpit, Robert. - «Literature: the sociology of literature». In: International Encyclopeadia of the Social Sciences, vol. 9-10. - New York: Macmillan, 1972.
- Escarpit, Robert. - «Le Littéraire et le social». In: Le Littéraire et le social/ sous la dirèction de R. Escarpit.- Paris: Flammarion, 1970. p. 9-41.
- Estivals, Robert. - «Création, consommation et production intellectuel-

les». In: Le Littéraire et le social/ sous la direction de R. Escarpit. - Paris: Flammarion, 1970. - p. 165-203.
— Estivals, Robert. - «La Dialectique antithétique de l'écrit et du document». In: Schéma et schématisation, n. 14 (1981).
— Lane Michael. - «Shapers of culture: the editor in book publishing». In: Annals of AAPSS, vol. 421 (Sept 1975).
— Martin, Henri-Jean. - «Les Réseaux du livre». In: Le Livre français: 1972 année internationale du livre. - Paris: Imprimerie Nationale, 1972. - p. 65-80.
— Narin, Francis and Moll, Joy K. - «Bibliometrics». In: Annual Review of Information science and Technology, vol. 12 (1977) p. 35-38.
— Perspectives on publishing/special editor of this volume Philip G. Altbach, Sheila Mcvey. In: The Annals of the American Academy of political and social science, vol. 421 (Sept. 1975).

تقارير ووثائق خارج التداول

— Dumazedier, Joffre et Hassenforder, Jean.- Elements pour une sociologie comparée de la production, de la diffusion et de l'utilisation du livre. - Paris: Bibliographie de la France, [19??]. - Hors commerce.
— Editor, author and publisher: papers given at the Editorial Conference, University of Toronto, November 1968/ edited by W. J. Howard. - Toronto: University of Toronto press, 1968.
— Estivals, Robert. - Schémas pour la bibliologie. - Viry-Chatilon: SEDIEP, 1976.
— Removing taxes on knowledge. - [Paris]: Unesco, c. 1969.- (Reports and papers on mass communication).
— UNESCO. - Recommandations concernant la normalisation internationale des statistiques de l'édition de livres et de périodiques: adoptés par la conférence générale à sa treizième session, Paris, 19 Novembre 1964.

الإبداع الفكري/ مهنة المؤلّف

الكتب:

— Coupry, François. - Ecrire, c'est vendre: esquisse d'une économie politique de la littérature. - Paris: Hallier, 1977.
— Laroui, Abdallah. - La Crise des intellectuels arabes: traditionalisme ou

historicisme?. - Paris: Maspéro, 1974.
— Picon, Gaetan. - L'Ecrivain et son ombre. - Paris: Gallimard, 1960.
— Sartre, Jean-Paul. - Plaidoyer pour les intellectuels. - Paris: Gallimard, 1972. - (Idées).
— Vessillier-Ressi, Michèle. - Le metier d'auteur: comment vivent-ils?. - Paris: Dunod, 1982.

مقالات ومساهمات

- أبو اصبع صالح خليل: «النشر العلمي العربي: أزمة نشر أم أزمة بحث؛ رؤية نقدية» في: الناشر العربي، العدد ٦ (١٩٨٦)، ص ص ٤ - ١٩.
- الجراجرة، عيسى: «حق التأليف». في: الناشر العربي، العدد ٦ (١٩٨٦)، ص ص ٣٤ - ٣٨.
- سعد، أحمد صادق: «إشكالية التوصيف الاجتماعي للمثقف المصري»؛ في: الوحدة، السنة ٤، العدد ٤٠ (يناير/ كانون الثاني ١٩٨٨).
- علي، محمد أحمد اسماعيل: «المثقف العربي بين التغريب والأصالة»، في: الوحدة، السنة ٤، العدد ٤٠ (يناير ١٩٨٨).
— Baumol, William J and Heim, Peggy. - On contracting with publishers, or what every author should know. Reprinted from AAUP Bulletin (Spring 1967).
— Chamoun, Mounir. - «Illusion, souffrance et créativité. Conférence de l'ALDEC an III». In: L'Orient-Le Jour, 1 Mars 1987.
— Escarpit, Robert. - «Le Littéraire et le social». In: Le Littéraire et le social/ sous la direction de R. Escarpit. - Paris: Flammarion, 1970. - p. 9-41.
— Shils, Edward. - «Intellectuals». In: International Encyclopedia of the Social Sciences, vol. 7. - New York: Macmillan, 1968. - p. 399-415.

القراءة

الكتب:

— Bookselling, reviewing and reading/ edited by Peter Davison, Rolf Meyerson, Edward Shils.- Cambridge: Chadwyck Healey, c. 1978. - (Literary taste, culture and mass communication; 12).
— Lobrot, Michel, et Zimmermann, Daniel. - La Lecture adulte. - Paris: Entreprises modernes d'édition, 1975.

مقالات ومساهمات

- القارىء اللبناني، هل يستمر قادراً على القراءة؟ في: الأنوار، ٥/١٠/١٩٧٦.
— Escarpit, Robert. - «Les Publics du livre». In: Le Livre français: 1972 année internationale du livre. - Paris: Imprimerie nationale, 1972. - p. 205-222.

تقارير ووثائق خارج التداول:

— Escarpit, Robert et Robine, Nicole. - Atlas de la lecture à Bordeaux. - Bordeaux: Faculté des lettres et sciences humaines, 1963.
— Escarpit, Robert et Lebas, Mireille. - Nouvel atlas de la lecture à Bordeaux. - Bordeaux, Talence: ILTAM, 1976. - (Publications de la Maison des sciences de l'homme d'Aquitaine; 7).

الكتاب في العالم

الكتب:

- السكو/ توثيق ومعلومات: دليل دور النشر في الوطن العربي ـ القاهرة: السكو، ١٩٧٤.
- بطرس، عادل. ـ مجموعة قوانين المطبوعات في لبنان من ١٨٦٥ لغاية ١٩٧٩. ـ بيروت، ١٩٨٠.
- خليفة، شعبان. ـ حركة نشر الكتاب في مصر: دراسة تطبيقيّة. ـ القاهرة: دار الثقافة ١٩٧٤.
- شرارة، عبد اللطيف. ـ قضيّة الكتاب اللبناني: دراسة تمهيدية. ـ بيروت: جمعية أصدقاء الكتاب، ١٩٦٢.
— Angoulvent, Paul. - L'Edition française au pied du mur. - Paris: PUF,. 1960.
— Annuaire libanais commerce industrie: ALCI. - 7e ed.- Beyrouth: Chambre du commerce et de l'industrie, 1982.
— Barker, Ronald E, et Escarpit, Robert. - La Faim de lire. - Paris: Unesco, 1973.
— Estivals, Robert. - Le Livre dans le monde: introduction à la bibliologie internationale. - Paris: Editions Retz, 1983.
— France. Syndicat national de l'edition.- Monographie de l'édition. -

Paris: Cercle de la librairie, 1973.
— Kotei, S.I.A.- Le Livre aujourd'hui en Afrique. - Paris: Unesco, 1982.
— Laffont, Robert. - Editeur. - Paris: Laffont , 1974.
— Le Livre à l'Est: bibliologie, informatologie et communicologie à l'Est. - Paris: Société de bibliologie et de schématisation, 1983.- 106 p.- (Schéma et schématisaLtion;18).
— Le Livre français hier, aujourd'hui, demain: un bilan/ établi sous la direction de Julien Cain, Robert Escarpit, Henri-Jean Martin.- Paris: Imprimerie nationale, 1972.
— Quelques nouveaux bibliologues. - Paris: Société de Bibliologie et de schématisation, [19??]. - (Schéma et schématisation; 21).

مقالات ومساهمات

- الأخرس، محمود. ـ المكتبة العربيّة والوطنيّة». في: شؤون عربية، العدد ١١ (يناير/ كانون الثاني ١٩٨٢)، ص ١٩١ ـ ١٩٩.
- السكو. النشرة العربية للمطبوعات. ـ تونس: السكو، ١٩٨٤.
- «الحوادث تفتح ملّف الكتاب». في مجلة الحوادث، الأعداد ١١٥ ـ ١١٧ (مارس/ ابريل ١٩٧٨).
- الكتاب العربي في لبنان: منشورات جديدة ١٩٨٠ ـ ١٩٨٦. ـ بيروت: النّادي الثقافي العربي، [١٩٨٠].
- الزين، الياس. ـ «أزمة الكتاب في الوطن العربي». في شؤون عربية، العدد ١١ (يناير ١٩٨٢).
- داعوق، بشير. ـ «لمحة مبسّطة عن النشر في لبنان». في: دراسات عربية، السنة ١٣، العدد ٨ ـ ٩، ص ٩١ ـ ١٠٨.
- حطب، زهير. ـ «دراسات ومنهجيّات: حول أوضاع وسائل الاتصال العربي». في: الفكر العربي، السنة ١، العدد ٦ (نوفمبر/ تشرين الثاني ١٩٧٨).
- حطب، زهير. ـ «معوقات إنتاج المطبوعات العربيّة ونشرها». في: قضايا عربيّة، السنة ٧، العدد ٥ (مايو/ ايار ١٩٨٠).
- حطب، زهير. ـ «نشر الكتاب العربي: واقع مؤسساته وأدواره الاجتماعيّة». في: قضايا عربية، السنة ٧، العدد ١ (يناير/ كانون الثاني مايو/ أيار ١٩٨٠).
- «ندوة استراتيجية النشر العربي، الجزائر، اكتوبر ١٩٨٥». في: الناشر العربي، العدد ٥، (١٩٨٥).

— Albatch, Philip. - «Scholarly publishing in the third world». In: Library trends, vol. 26, n. 4 (Spring 1978).
— Ben Cheikh, Abdelkader.- «La Question de la diffusion: omniprésence et obstacles». In: Revue tunisienne de communication, n. 7 (Janvier-Juin 1985). p. 19-29.
— Ben Cheikh, Abdelkader. - «La Recherche bibliogique dans les pays arabes: une contribution». In: Revue tunisienne de communication, n. 5 (Janvier-Juin 1984) p. 7-20.
— Butrus, Salib. - «Problems of book development in the Arab world, with special reference to Egypt». In: Library trends, vol 26, n. 4 (Spring 1978).
— Liban. Bibliothèque nationale. - Bulletin bibliographique libanais. - 1964.
— Publishing in the third world/ Philip G. Altbach and Keith Smith, issue editors. In: Library trends, vol. 26, n. 4 (Spring 1978).
— Smith, Datus C. Jr.- «The Bright promise of publishing in developing countries». In: Annals of the AAPSS, vol. 421. (Sept. 1975).
— Smith, Keith. - «Books and develoment in Africa: access and role». In: Library trends, vol. 26, n. 4 (Spring 1978).
— Smith, Keith. - «Who controls book publishing in Anglophone Middle Africa». In: Annals of AAPSS, vol. 421 (Sept 1975).

تقارير ووثائق خارج التداول

ـ الأخرس، محمود. ـ «التزويد في الوطن العربي: مشاكل وحلول». في: الجامعة العربية. الأمانة العامة. توثيق ومعلومات ـ ندوة تونس للتوثيق والإعلام، ٧ ـ ٢١، شباط/ فبراير ١٩٨١ (غير منشور).
ـ الجامعة العربية. الإدارة الثقافيّة: حلقة دراسية وسائل تيسير تداول الكتاب العربي ونشره. لبنان، ٤ ـ ٨ أيلول/ سبتمبر ١٩٦١.
ـ الجامعة العربية ـ السكو. التوثيق والإعلام: وسائل تيسير تداول الكتاب العربي ونشره: الحلقة الثالثة: التسويق ـ الدوحة ١٩٧٢.
ـ الجامعة العربية. الأمانة العامة. مركز التوثيق والإعلام: الدورة الثالثة للموّثقين العرب في بناء وتنمية المجموعات في مراكز التوثيق والمعلومات. . الخرطوم ٢٩ اكتوبر/ تشرين الأول ـ ٧ نوفمبر/ تشرين الثاني ١٩٨٣.
— Abulhassan.- LeLivre dans les pays multilingues: étude élaborée à partir

des actes du colloque sur la publication des livres dans les diverses langues des pays multilingues. Moscou-Alma Ata URSS, 6-10 Septembre 1976. - Paris: Unesco, 1978.

— Book development in Asia: a report on the production and distribution of books in the region. - [Paris]: Unesco, 1967. - (Reports and papers on mass communication; 52)

— Makhlouf, Georgia. - L'Edition pour enfants au Liban et la production de Dar al Fata al Arabi: le fonctionnement de l'idéologie dans les livres illustrés (1975-1980). - 1982. - 319p. - Thèse 3ème cycle: Socio: EHESS: Paris. 1982.

— Seminar on book production in the Arab States. 1978. Cairo. - General Egyptian book organization, Arab book development centre. Cairo: 10th international book fair.

— Smith, Datus C. Jr. - Les problèmes économiques de l'édition des livres dans les pays en voie de développement. - Paris: Unesco, 1977.

— UNESCO. - Statistical yearbook. Annuaire Statistique. - Paris: Unesco, 1982-1983-1984.

الملاحق

ملحق رقم «١»

توزيع مجمل الانتاج حسب الأصناف

الأصناف	الرمز	عدد العناوين	٪ من المجموع	٪ من الكتب/ للراشدين
عموميّات	٠٠٠	٠٤٩٨	٠٢,٢٣	٠٢,٧٠
فلسفة	١٠٠	١٢٤٢	٠٥,٨٠	٠٦,٨٠
دين	٢٠٠	٤٢٤٩	١٩,٨٠	٢٣,٢٠
علوم اجتماعية	٣٠٠	٢٧٥٠	١٢,٨٠	١٥,٠٠
لغات	٤٠٠	٠٦٢٣	٠٢,٩٠	٠٣,٤٠
علوم	٥٠٠	٠١٨٨	٠٠,٩٠	٠١,٠٠
علوم مطبّقة	٦٠٠	٠٧١٥	٠٣,٣٣	٠٣,٩٠
فنون	٧٠٠	٠٣٠٥	٠١,٤٢	٠١,٧٠
أدب	٨٠٠	٥٢٦٣	٢٤,٥٤	٢٨,٨٠
تاريخ/جغرافيا	٩٠٠	٢٤٥٥	١١,٤٥	١٣,٤٠
المجموع/للراشدين	—	١٨٢٨٨	—	٩٩,٧٠
كتب/للأطفال	—	٠٢٦٦٦	١٢,٤٣	—
كتب/للمدارس	—	٠٠٤٩١	٠٢,٢٠	—
المجموع العام	—	٢١٤٤٥	٩٩,٩٩	—

ملحق رقم «٢»

مقارنة قوائم المطبوعات سنة ١٩٧٧، ١٩٨٥ - ١٩٨٦

الأصناف	الرّمز	١٩٧٧	١٩٨٦
عموميّات	٠٠٠	٪٠٩,٨	٪٠٢,٧
فلسفة	١٠٠	٪٠٣,٤	٪٠٦,٨
دين	٢٠٠	٪٠٧,٢	٪٢٣,٢
علوم إجتماعيّة	٣٠٠	٪٢٤,١	٪١٥,٠
لغات	٤٠٠	٪٠٥,٨	٪٠٣,٤
علوم	٥٠٠	٪٠٨,٨	٪٠١,٠
علوم مطبّقة	٦٠٠	٪٠٥,٩	٪٠٣,٩
فنون	٧٠٠	٪٠٣,٨	٪٠١,٧
أدب	٨٠٠	٪٢٤,٠	٪٢٨,٧
تاريخ / جغرافيا	٩٠٠	٪٠٧,٢	٪١٣,٤
المجموع	—	٪١٠٠	٪٩٩,٨

ملحق رقم «٣»

تطور الإنتاج حسب الأصناف وعدد العناوين

السنوات الأصناف	عموميات ٠٠٠	فلسفة ١٠٠	دين ٢٠٠	علوم اجتماعية ٣٠٠	لغات ٤٠٠	علوم ٥٠٠	علوم مطبقة ٦٠٠	فنون ٧٠٠	أدب ٨٠٠	تاريخ/ جغرافيا ٩٠٠	المجموع
١٩٦١	٩	١٩	٣٧	١١٥	١٢	١	٧	١١	١٣	١٨	٢٤٢
١٩٦٣	٥٠	٣	٣١	٤٢	١		٣	٢	٦٩	٢٥	٢٢٦
١٩٦٤	٦	٢٢	٥١	٥٣	١١	٥	٢	٥	١٣٤	٥٤	٣٤٣
١٩٦٥	٣	١٩	٦١	٧٠	٩	١١	١١	٣	١٢٨	٦٨	٣٨٣
١٩٦٦	٣٩	٧	٦٠	٩٤	٣٧	٧	٥	٧	١٠٧	٧٥	٤٣٨
١٩٦٧	٣	١٣	٦٤	١٠٢	١٤	٨	١٣	٣	١٣٣	٧٤	٤٢٧
١٩٦٨	٧	٢٨	٦٧	٩٦	٢٦	٩	١٠	٩	١٧٣	١١٨	٥٤٣
١٩٦٩	١٠	٣١	٧٦	١٢٣	٣١	٢٦	٤٧	٣٩	١٦٧	١٣٥	٦٨٥
١٩٧٠	١٤	٩	١٣٥	٩٨	١٦	٥	٦	١٢	١٧٣	١٢٦	٥٩٤
١٩٧١	١	٢	٣٢	٥٢	٦	٣	٩	٣	٥٩	٥٥	٢٢٢
١٩٧٢	١	٥	٤٢	٧٦	٤	٢	٦	١	٥١	٤٦	٢٣٤
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
١٩٨٠	٢٣	٥٨	٥٢	١٦٧	١٤	١٢	١١	٩	١٦٣	٧٣	٥٨٢
١٩٨١	١٧	٨٤	٤٧	١٨٥	١٢	١٣	١٦	١١	٢٣١	١١٢	٧٢٨
١٩٨٢	١١	٢٧	٣١	٩٤	٩	٨	١١	٩	١٤٠	٦٧	٤٠٧
١٩٨٣	٧	٢٦	٢٢	٥٣	٢	٥	١٤	٢	٦٣	٣١	٢٢٥
١٩٨٤	١١	٣٢	٤٢	٧٦	١٩	١	٢٨	٣	٦٦	٥٥	٣٣٣
١٩٨٥	٥	١٣	٦٩	١٣٠	٦	٨	٣٠	٥	٤٨	٥٠	٣٦٤
١٩٨٦	١١	٢١	١٩	١١٠	٥	١٢	٣٣	٦	٥٢	٢٢	٢٩١

المصادر:

- إحصاءات الأونيسكو. - بيبلوغرافيا المكتبة الوطنية. - بيبلوغرافيا النادي الثقافي العربي.

ملحق رقم «٤»

تطور أنواع «الترجمات» وكتب «التراث» بالنسبة إلى مجمل المنشورات السنويّة

السنة	الترجمات	النصوص القديمة
١٩٦٤	٣١٪	٢٪
١٩٦٥	٢٥,٤٪	٣,٨٪
١٩٧١	١٨,٩٪	٢,٢٪
١٩٧٢	١٤,١٪	١,٧٪
١٩٨٠	١٦٪	٦,٣٪
١٩٨١	١٨٪	٣,٤٪
١٩٨٢	١٦٪	٧,٨٪
١٩٨٣	١٨,٥٪	٩,٢٪
١٩٨٤	١٣,٢٪	٧,٥٪
١٩٨٥	١١٪	١٢,٦٪
١٩٨٦	١٢,٥٪	٤,٦٪

المصدر: بيبلوغرافيا المكتبة الوطنية والنادي الثقافي العربي.
ملاحظات: نلاحظ أن النصوص القديمة هي حقاً في تقدّم، وأن الترجمات في هبوط، على الرغم من أنها أكثر عدداً.

ملحق رقم «٥»

مقارنة إنتاج بلدان مختلفة ما بين ١٩٧٨ - ١٩٨١
(بالمئة)

البلدان	مصر	إسرائيل	فرنسا	هنغاريا	اليابان	الولايات المتحدة	لبنان
الأصناف	١٩٧٨	١٩٧٩	١٩٧٩	١٩٧٩	١٩٨١	١٩٨١	١٩٨١
٠٠٠ عموميّات	٠٤,٦	٠٢,٠	٠٣,١	٠٥,١	٠٣,١	٠٤,٤	٠٢,٣
١٠٠ فلسفة	٠٠,٩	٠٢,٣	٠١,٢	٠١,٥	٠٣,٤	٠٣,٦	١١,٥
٢٠٠ دين	١٨,٨	١١,٠	٠٠,٧	٠٠,٨	١٠,٤	٠٦,٤	٠٦,٤
٣٠٠ علوم اجتماعية	٢٥,٧	١٣,٣	٢٤,٧	١٧,٨	١٧,٨	٢٧,٠	٢٥,٤
٤٠٠ لغات							٠١,٦
٥٠٠ علوم	٠٨,٥	٠٧,٤	٠٩,٠	١٠,٧	٠٦,٤	٠٨,٧	٠١,٧
٦٠٠ علوم مطبّقة	١١,٤	٠٥,٦	٢٨,٥	٢٨,٣	١٤,٥	٢٣,٥	٠٢,٢
٧٠٠ فنون	٠٣,٥	٠٢,١	٠٨,٠	٠٦,٧	١٤,٦	٠٨,٦	٠١,٥
٨٠٠ أدب	٢٠,٢	٤٠,٨	١٩,٠	٢٤,٨	٣١,٦	٠٩,٣	٣١,٧
٩٠٠ تاريخ/جغرافيا	٠٦,٣	١٣,٥	٠٥,٦	٠٤,٠	٠٦,٩	٠٨,٢	١٥,٣
المجموع	٩٩,٩	٩٨,٠	٩٩,٨	٩٩,٧	٩٩,٧	٩٩,٧	٩٩,٦

المصادر: إحصاءات الأونيسكو وبيبلوغرافيا النادي الثقافي العربي حول لبنان.

ملاحظة: (٤٠٠) لغات معتبرة من صنف الأدب في احصاءات معظم البلدان.

ملحق رقم ٦

قائمة بالناشرين المتصّل بهم، حسب تاريخ التأسيس

(عيّنة عشوائية)

الاسم	تاريخ التأسيس	تاريخ البدء
دار المشرق	١٨٥٢	١٨٥٢
دار صادر للطباعة والنشر	١٨٦٣	١٨٦٣
المكتبة البوليسية	١٩١٠	١٩١٠
المكتبة العصرية	١٩٣٠	١٩٣٠
شركة المطبوعات للتوزيع والنشر	١٩٤٢	١٩٤٢
مكتبة لبنان	١٩٤٤	١٩٥٠
دار العلم للملايين	١٩٤٥	١٩٤٥
دار منهل الحياة	١٩٤٨	١٩٤٨
مؤسسة المعارف للطباعة والنشر	١٩٤٨	١٩٥٢
المركز اللوثري للخدمات الدينية في الشرق الأوسط	١٩٥٠	١٩٥٠
منشورات النور	١٩٥٠	١٩٥٠
الشركة العالمية للكتاب/ دار الكتاب اللبناني	١٩٥٢	١٩٥٢
دار الثقافة	١٩٥٣	١٩٥٣
دار ومكتبة الحياة للطباعة والنشر والتوزيع	١٩٥٣	١٩٥٥
عالم الكتب	١٩٥٦	١٩٧٧
شركة المطبوعات اللبنانية/ دار الفارابي	١٩٥٦	١٩٥٦
بيت الحكمة	١٩٥٦	١٩٥٦
منشورات عويدات	١٩٥٧	١٩٥٧

دار الطليعة	١٩٥٩	١٩٥٩
دار الكتاب العربي للطباعة والنشر والتوزيع	١٩٦٠	١٩٦٠
دار الكاتب العربي للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة	١٩٦٠	١٩٦٠
دار المعرفة للطباعة والنشر	١٩٦٢	١٩٦٢
دار إحياء التراث العربي	١٩٦٣	١٩٦٣
دار الآداب	١٩٦٣	١٩٦٣
مؤسسة الدراسات الفلسطينية	١٩٦٣	١٩٦٣
دار القلم للطباعة والنشر والتوزيع	١٩٦٤	١٩٦٤
مؤسسة الأعلمي للمطبوعات	١٩٦٤	١٩٦٤
دار النهضة العربية للطباعة والنشر	١٩٦٦	١٩٦١
دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة	١٩٦٧	١٩٦٧
دار النهار للنشر	١٩٦٧	١٩٦٧
دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع	١٩٦٧	١٩٦٧
دار العودة	١٩٧٠	١٩٧٠
دار النفائس للطباعة والنشر والتوزيع	١٩٧٠	١٩٧١
دار ابن خلدون للطباعة والنشر والتوزيع	١٩٧٠	١٩٧٠
دار النسر المحلق للطباعة والنشر	١٩٧٠	١٩٧٠
مؤسسة نوفل	١٩٧٠	١٩٧٠
المؤسسة العربية للدراسات	١٩٧٠	١٩٧٠
دار الجيل للنشر والتوزيع والطباعة	١٩٧١	١٩٧١
دار الكتب العلمية	١٩٧١	١٩٧٤
دار الآفاق الجديدة	١٩٧١	١٩٧١
دار الزهراء	١٩٧٢	١٩٧٢
دار لحد خاطر للطباعة والنشر والتوزيع	١٩٧٣	١٩٧٣
دار الفتى العربي للنشر والتوزيع	١٩٧٤	١٩٧٤
الدار الوطنية للطباعة والنشر والتوزيع	١٩٧٤	١٩٧٤
الأهلية للنشر والتوزيع	١٩٧٤	١٩٧٤
دار المسيرة للصحافة والطباعة والنشر	١٩٧٥	١٩٧٥
مركز دراسات الوحدة العربية	١٩٧٦	١٩٧٦
الدار العربية للموسوعات	١٩٧٧	١٩٧٨
دار الكلمة للنشر والتوزيع	١٩٧٧	١٩٧٨
معهد الإنماء العربي	١٩٧٧	١٩٧٧

دار الفكر اللبناني للطباعة والنشر والتوزيع	١٩٧٨	١٩٧٨
دار إحياء العلوم للتأليف والنشر	١٩٧٨	١٩٧٨
المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع	١٩٧٩	١٩٨١
دار نعمان للثقافة	١٩٧٩	١٩٧٩
الدار الاسلامية	١٩٧٩	١٩٧٩
دار المقاصد الاسلامية للتأليف والطباعة والنشر	١٩٧٩	١٩٧٩
دار الرواد للنشر والتوزيع	١٩٧٩	١٩٧٩
دار النضال للطباعة والنشر والتوزيع	١٩٧٩	١٩٧٩
الدار الجامعية للطباعة والنشر	١٩٧٩	١٩٧٩
دار الحداثة للطباعة والنشر والتوزيع	١٩٧٩	١٩٧٩
دار التيار الجديد للطباعة والنشر والتوزيع	١٩٧٩	١٩٧٩
مؤسسة الأبحاث العربية	١٩٧٩	١٩٧٩
دار اقرأ	١٩٨٠	١٩٨٢
الدار العالمية للطباعة والنشر والتوزيع	١٩٨٠	١٩٨٠
الباحث	١٩٨٠	١٩٨٠
مؤسسة الوفاء	١٩٨٠	١٩٨٠
دار جروس للطباعة والنشر	١٩٨١	١٩٨٣
دار المفيد للطباعة والنشر	١٩٨١	١٩٨١
دار الوحدة	١٩٨١	١٩٨١
شركة دار التنوير للطباعة والنشر	١٩٨١	١٩٨١
دار الأضواء للطباعة والنشر والتوزيع	١٩٨٢	١٩٨٢
دار ابن زيدون للطباعة والنشر والتوزيع	١٩٨٢	١٩٨٢
دار المطبوعات الشرقية	١٩٨٢	١٩٨٤
مؤسسة دار الكتاب الحديث	١٩٨٣	١٩٨٣
دار مؤسسة فكر	١٩٨٣	١٩٨٣
دار البلاغة للطباعة والنشر والتوزيع	١٩٨٥	١٩٨٤
مركز النشر والتوزيع. جامعة الكسليك	١٩٨٦	١٩٦٧
شركة دار قابس للطباعة والنشر والتوزيع	١٩٨٦	١٩٨٥
الدار العربية للعلوم	١٩٨٧	١٩٨٧

ملحق رقم ٧

قائمة بالعناوين التي يتكرر نشرها في عدة دور نشر

(بالترتيب التنازلي)

مدارج السالكين/ ابن القيم

بدائع الفوائد/ ابن القيم

الإتقان في علوم القرآن/ السيوطي

الأذكار/ النووي

صحيح البخاري

إحياء علوم الدين/ الغزالي

كليلة ودمنة/ ابن المقفع

شرح نهج البلاغة/ محمد عبدو

تفسير ابن كثير

البداية والنهاية/ ابن كثير

الطب النبوي/ ابن القيم

تاريخ تهذيب دمشق/ ابن عساكر

تاريخ الطبري

ملحق رقم «٨»

توزّع الكتب المنتجة في لبنان حسب الأصناف وبالنسبة الى الأنواع التالية:

الصنف/ النوع		ترجمات	نصوص حديثة	كتب باللغات الأجنبية	كتب تراثية	نقد أدبي	المجموع
عموميات	٠٠٠	٣٢	٤٢١	٥	٤٠	٠	٤٩٨
فلسفة	١٠٠	٣٣٢	٧١٩	١٦	١٧٥	٠	١٢٤٢
دين	٢٠٠	٨٠	٢٧٨١	١٤٢	١٢٤٦	٠	٤٢٤٩
علوم اجتماعية	٣٠٠	٦١٤	١٩٥٤	١١٢	٧٠	٠	٢٧٥٠
لغات	٤٠٠	٤	٤٣٤	٢٧	١٥٨	٠	٦٢٣
علوم	٥٠٠	٣٥	١٣١	٣	١٩	٠	١٨٨
علوم مطبقة	٦٠٠	٦١	١١٥	٠	٠	٠	١٧٦
كتب شعبية	٦٤٠	١٨٧	٣٥٢	٠	٠	٠	٥٣٩
فنون	٧٠٠	٦٠	٢٢٦	٩	١٠	٠	٣٠٥
أدب	٨٠٠	٩٩٠	٢٦٢٧	٩	٧٤٦	٨٩١	٥٢٦٣
تاريخ وجغرافيا	٩٠٠	٣٢٢	١٧٣١	١٢٢	٢٨٠	٠	٢٤٥٥
كتب للأطفال		٠	٠	٠	٠	٠	٢٦٦٦
كتب للمدارس		٠	٠	٠	٠	٠	٤٩١
المجموع	٢٧١٧	١١٤٩١	٤٤٥	٢٧٤٤	٨٩١	٢١٤٤٥	

المحتويات

الفصل الثالث: العلاقة بالمؤلّفين

الفصل الرابع: التصنيع والتوزيع

الخلاصة

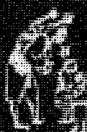
الملاحق

من المألوف ان ننظر الى الموسوعات بصفتها كتباً ضخمة تتعدّى الجزء الواحد وتشمل آلاف الصفحات.

نحن هنا أمام عمل لا نبالغ إذا قلنا انه موسوعة صغرى في ما يتعلّق بالنشر في لبنان، تاريخه وتطوره، متاعبه وآفاقه، صلته بالكاتب والقارىء والسوق، فضلاً عن الناشر نفسه، وأخيراً لا آخراً، العلاقة بين منبعه اللبنانيّ ومصبّه العربي.

ولا يقف الكتاب الذي نقدّمه عند هذا الحدّ، فهو يشير بإصبع الاتهام الى أسباب الأزمة، ويحذّر من القاع العميق الذي يمكن أن يتدهور اليه النشر، والانعكاس السلبي لذلك على صناعة ثقافتنا.

ISBN 1 85516 701 8



DAR
AL SAQI
دار الساقي

